

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN JASA CARGO TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PT GARUDA INDONESIA BANDUNG

Tamadara Hilman<sup>1</sup> – Rizky Annisa Arga<sup>2</sup>

Program Studi D4 Logistik Bisnis Universitas Logistik dan Bisnis Internasional  
Email : [tamadara@ulbi.ac.id](mailto:tamadara@ulbi.ac.id) – [rizkyannisa71@gmail.com](mailto:rizkyannisa71@gmail.com)

### ABSTRAK

Sektor jasa dan pengiriman tumbuh mencapai 25,81% pada triwulan III-2022 dan agen ekspedisi pun semakin bertambah. Terjadi pergeseran perilaku konsumen yang membeli secara offline menjadi online sejak terjadinya pandemi Covid-19. Namun kondisi ini berbanding terbalik dengan apa yang terjadi di PT Garuda Indonesia Bandung pada sektor kargo, yang justru mengalami penurunan pendapatan sebesar 69% pada tahun 2021. Kondisi ini menjadi dasar penelitian untuk menganalisa kualitas pelayanan jasa kargo yang diberikan kepada pelanggan PT Garuda Indonesia Bandung dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Dari 25 atribut kualitas pelayanan, ditemukan bahwa masih terdapat 8 (delapan) atribut yang menjadi prioritas utama PT Garuda Indonesia Bandung untuk dilakukan perbaikan. Artinya, delapan atribut tersebut merupakan hal yang dianggap penting oleh pelanggan namun belum terlaksana dengan baik oleh perusahaan, sehingga pelanggan tidak dapat mencapai kepuasannya. Di sisi lain, baru terdapat 3 (tiga) atribut kualitas pelayanan yang sudah terlaksana dengan baik dan perlu dijaga oleh PT Garuda Indonesia.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Importance Performance Analysis (IPA), Diagram Kartesius

### A. PENDAHULUAN

E-commerce merupakan salah satu pendorong pertumbuhan sektor jasa pengiriman dan ekspedisi. Tercatat pada Biro Pusat Statistik, hingga triwulan III-2022, perdagangan dan transportasi tumbuh mencapai 25,81% secara tahunan. Dipertegas oleh pernyataan dari CEO Lion Parcel, Farian Kirana, bahwa jumlah pendaftar agen Lion Parcel pun terus bertambah. Mulai dari 200-300 pendaftar setiap bulan sebelum pandemi Covid-19, kemudian meningkat menjadi 1.000-2.000 pendaftar ketika masa pandemi, dan kini keadaan sudah membaik dari Covid-19 bahkan naik menjadi 4.000-5.000 pendaftar tiap bulannya. Kondisi tersebut juga menjelaskan bahwa ada pergeseran perilaku konsumen dari *offline* menjadi konsumen *online* sejak pandemi hingga saat ini. Dengan adanya pertumbuhan

perusahaan ekspedisi dan pengiriman, maka perang tarif antar sesama penyedia jasa tidak dapat dihindari, maka yang perlu dijaga oleh masing-masing perusahaan adalah kualitas pelayanan.



Gambar 1 Pertumbuhan Sektor Perdagangan dan Transportasi

Sumber: Biro Pusat Statistik, 2022

Selayaknya Lion Air, tidak hanya pengangkutan penumpang, maskapai

nasional Garuda Indonesia pun telah lama mengembangkan lini bisnis ke pengiriman kargo. Kini, penumpang PT Garuda Indonesia sudah mulai pulih. Sementara, menurut Direktur Utama Garuda Indonesia, Irfan Setiapatra, pengiriman kargo mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Terbukti dengan data pendapatan dari pengiriman kargo di PT Garuda Indonesia Bandung yang mengalami penurunan hingga 69% dalam 1 tahun.

**Tabel 1 Pendapatan Kargo Garuda Indonesia Bandung Tahun 2020-2021**

Tahun	Pendapatan	Pertumbuhan (%)
2019	710.196.427	0%
2020	3.773.324.834	431%
2021	1.174.980.731	-69%

Sumber: Data Penjualan PT Garuda Indonesia Bandung, 2022

Penurunan ini tidak sesuai dengan harapan PT Garuda Indonesia Bandung yang justru ingin mengoptimalisasikan utilisasi armada untuk perluasan jaringan penerbangan kargo ke berbagai wilayah Indonesia. Faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan yang menurun adalah kepuasan pelanggan yang tidak terpenuhi, karena tercatat banyak terjadi kecacatan pengangkutan barang mulai dari barang hilang, barang terlambat, hingga salah tujuan pengiriman.

Indikasi permasalahan tersebut menjadi dasar penelitian untuk mengupayakan peningkatan kualitas pelayanan PT Garuda Indonesia Bandung di antara persaingan yang semakin tinggi dalam sektor jasa kargo. Metode yang digunakan untuk menganalisis lebih lanjut studi ini yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA).

Martilla & James (dalam Algifari, 2019) menyatakan metode IPA dapat digunakan untuk menyelidiki performa suatu organisasi dan mengukur kepuasan yang diterima pelanggan. Diagram yang digambarkan IPA dibagi menjadi 4 kuadran yaitu Kuadran I, Kuadran II, Kuadran III

dan Kuadran IV untuk menunjukkan kepuasan dan harapan dari konsumen.

Keunggulan metode IPA diharapkan dapat membantu PT Garuda Indonesia Bandung dalam menentukan Langkah solutif dalam menghadapi kekecewaan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu, metode ini juga termasuk metode dasar namun layak untuk mengetahui atribut kualitas pelayanan.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah kondisi yang terus berubah yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi harapan pelanggan. Kualitas adalah beberapa faktor yang memenuhi harapan konsumen atau pelanggan (Goetsh dan Davis dalam Tjiptono & Chandra, 2011). Layanan dikatakan sebagai hal tidak dapat dirasakan secara fisik atau *intangible* sama dengan pendapat menurut Kotler dalam Tjiptono & Chandra, setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan atas kepemilikan sesuatu. Dimensi kualitas jasa menurut Zethaml dan Berry dibagi menjadi 5 dimensi utama:

1. Bukti fisik (*tangibles*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*emphaty*)



**Gambar 2 Model Customer Satisfaction**

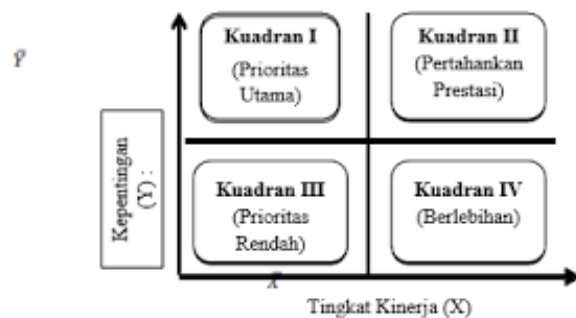
Sumber: Zeithaml dan Bitner, 2000

**Importance Performance Analysis (IPA)**  
*Importance Performance Analysis* (IPA) adalah salah satu metode yang dapat menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan. Metode ini diperkenalkan oleh

John A. Martila dan John C. James pada 1977 dengan tujuan mengukur hubungan antara persepsi pelanggan dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang kemudian dikenal sebagai kuadran analysis. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan kerangka kerja guna memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dan kinerja perusahaan (*performance*) yang dapat dilihat dari atribut terkait dengan harapan (*importance*) yang terkait dengan suatu atribut pelayanan.

Menurut Martinez dalam (Santoso, Anwar, & Hermawati, 2016) metode IPA ini telah diterima secara umum dan dipergunakan dalam berbagai bidang kajian karena kemudahannya untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan dalam penentuan saran perbaikan. Metode IPA memiliki fungsi utama untuk menampilkan informasi faktor-faktor pelayanan yang menurut pelanggan sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas serta faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu diperbaiki karena saat ini belum memuaskan.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi dalam empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y). Titik X merupakan rata-rata tingkat kinerja dari kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan titik Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat harapan pelanggan terhadap seluruh faktor atau atribut yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Berikut adalah gambaran dari diagram kartesius.



**Gambar 3 Diagram Kartesius**

Sumber: Brandt, 2000

Diagram ini terdiri dari empat kuadran, yaitu:

- **Kuadran I (Prioritas Utama)** Dalam Kuadran I ini memiliki atribut yang dianggap penting oleh pelanggan namun kenyataannya atribut tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja dari atribut-atribut/pertanyaan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan terhadap atribut/pertanyaan tersebut. Atribut yang masuk dalam kuadran I harus meningkatkan kinerjanya untuk dapat memuaskan pelanggan.
- **Kuadran II (Pertahankan Prestasi)** Dalam atribut-atribut kuadran II ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut penting bagi pelanggan dan memiliki kinerja yang tinggi. Wajib dipertahankan untuk waktu selanjutnya karena dianggap penting dan hasilnya sangat memuaskan.
- **Kuadran III (Prioritas Rendah)** Dalam atribut-atribut kuadran III ini dianggap kurang penting oleh pelanggan. Dan pada kenyataannya pun kinerjanya biasa saja. Maksudnya atribut/pertanyaan yang II-10 terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan/harapan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh pelanggan. Perbaikan terhadap atribut/pertanyaan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut/pertanyaan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan.
- **Kuadran IV (Berlebihan)** Kuadran ini merupakan atribut-atribut pertanyaannya memiliki tingkat harapan yang rendah bagi pelanggan tetapi memiliki kinerja perusahaan yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan memberikan perhatian lebih terhadap atribut ini.

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian survey dan verifikatif. Metode verifikatif adalah metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistik sehingga didapatkan hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima.

Tabel 2 Variabel dan Atribut Penelitian

No.	Variabel	Atribut
1	Tangibles	Lokasi memadai
		Fasilitas pelayanan yang nyaman
		Penampilan pegawai rapi
2	Reliability	Proses pelayanan yang cepat dan akurat
		Barang sampai sesuai jadwal
		Masalah pelanggan ditangani dengan handal
3	Responsiveness	Tanggap dalam menangani keluhan pelanggan
		Cepat dalam melayani pelanggan
4	Competencies	Siap dalam membantu pelanggan yang kesulitan
		Pegawai memiliki pengetahuan tentang pekerjaannya
		Pegawai dapat dipercaya atas pekerjaannya
5	Kesopanan	Pegawai dapat dipercaya dalam penanganan pengiriman barang
		Pegawai ramah dalam melayani pelanggan
		Pegawai ramah dalam menangani keluhan pelanggan
6	Kepercayaan	Pegawai ramah dalam menanggapi pertanyaan pelanggan
		Perusahaan bertanggungjawab terhadap keamanan barang
7	Keamanan	Perusahaan menjamin kelancaran pengiriman barang
		Perusahaan menjamin barang tidak rusak
8	Akses	Perusahaan menjamin barang tidak hilang
		Lokasi drop point kargo mudah dijangkau
9	Komunikasi	Lacak kiriman mudah diakses
		Pegawai memberikan informasi yang jelas mengenai prosedur kargo
10	Understanding	Pegawai memberikan informasi yang jelas mengenai perkembangan barang
		Pegawai mengutamakan kepentingan pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan referensi data atribut, maka dibuat pernyataan seperti pada Tabel 2 agar dapat melakukan pengumpulan data melalui kuesioner.

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 139 pelanggan jasa kargo PT Garuda Indonesia Bandung. Sampel yang ditentukan menggunakan rumus Slovin

$$n = N : \{1 + N(e)^2\}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = peluang terjadi kesalahan (0,05)

$$n = 139 : \{1 + 139(0,05)^2\}$$

$$n = 139 : 1,3475$$

$$n = 103,153 \text{ dibulatkan } 104$$

Dengan demikian, penelitian ini menggunakan sampel minimal sebanyak 104 responden. Pengumpulan data

dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para pelanggan jasa kargo PT GI Bandung. Sebelum menyebar kuesioner, sebanyak 25 pertanyaan dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Diketahui bahwa dari 25 item pernyataan yang dilakukan pengujian adalah reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60 yaitu dari hasil reliability statistics diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,906.

### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan indikator kualitas pelayanan antara lain *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *competencies*, kesopanan, kepercayaan, keamanan, akses, komunikasi dan *understanding*. Pengumpulan data memakai kuesioner dengan 25 pertanyaan untuk mengukur indikator *importance* (harapan) dan *performance* (kepuasan) menggunakan skala likert 1 sampai 5.

Tabel 3 Gap Service

Indikator kualitas pelayanan	Rata-rata Skor		Gap Service
	Kepuasan (Performance)	Harapan (Importance)	
Tangibles (1)	3,98	4,1	-0,12
Tangibles (2)	3,9	4,04	-0,14
Tangibles (3)	3,77	3,67	0,1
Reliability (1)	3,65	4,15	-0,5
Reliability (2)	2,91	4,62	-1,71
Reliability (3)	3,24	4,29	-1,05
Responsiveness (1)	3,13	4,37	-1,24
Responsiveness (2)	3,48	4,04	-0,56
Responsiveness (3)	3,29	4,14	-0,85
Competencies (1)	3,52	4,18	-0,66
Competencies (2)	3,44	4,24	-0,8
Competencies (3)	3,38	4,25	-0,87
Kesopanan (1)	3,69	3,73	-0,04
Kesopanan (2)	3,25	4,13	-0,88
Kesopanan (3)	3,57	4,04	-0,47
Kepercayaan (1)	3,23	4,53	-1,3
Kepercayaan (2)	3,29	4,29	-1
Keamanan (1)	3,47	4,33	-0,86
Keamanan (2)	3,12	4,69	-1,57
Akses (1)	3,64	4	-0,36
Akses (2)	3,63	4,18	-0,55
Komunikasi (1)	3,54	4,06	-0,52
Komunikasi (2)	3,37	4,11	-0,74
Understanding (1)	3,22	4,13	-0,91
Understanding (2)	3,6	3,59	0,01
Rata-rata	3,45	4,16	-0,70

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Gap Service menunjukkan kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan dan



hasil perhitungan rata-rata *gap service* senilai -0,70. Jika nilai *gap service* negatif (-) maka kualitas layanan yang diberikan masih tidak sesuai dengan harapan pelanggan, artinya pelanggan belum puas (Kasus & Ogan, 2018).

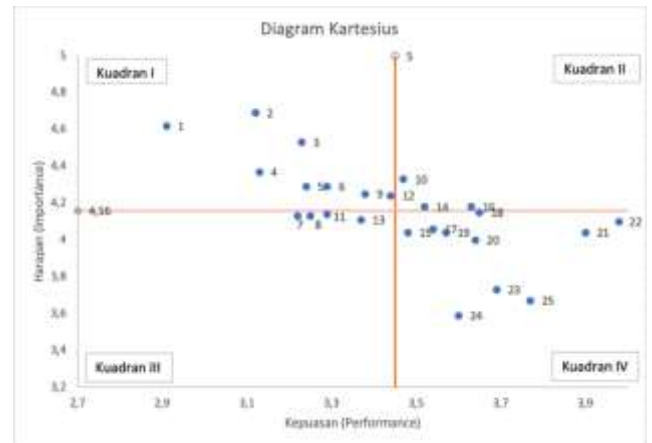
Dari 25 item pernyataan indikator kualitas pelayanan di PT GI Bandung, gap paling besar terlihat pada pernyataan *Reliability* (2) yaitu barang sampai sesuai jadwal. Sesuai dengan kondisi di perusahaan bahwa memang pelanggan jasa kargo PT GI Bandung sering mengeluhkan keterlambatan barang hingga sampai ke alamat pengiriman. Lalu indikator kedua yang memiliki gap besar adalah Keamanan (2) dimana perusahaan menjamin barang tidak hilang dan terbukti bahwa pelanggan juga mengeluhkan bahwa barang yang dikirimnya sering hilang. Kemudian diikuti dengan faktor berikutnya yaitu Kepercayaan (1) yaitu perusahaan bertanggungjawab terhadap keamanan barang dan pada kenyataannya sering terjadi kerusakan barang pengiriman.

**Tabel 4 Data Ranking Gap Service**

No.	Pernyataan	Gap	Rank
<b>Indikator Tangibles</b>			
1	Lokasi mudah	-0,12	22
2	Fasilitas pelayanan yang nyaman	-0,14	21
3	Penampilan pegawai rapi	0,1	25
<b>Indikator Reliability</b>			
4	Proses pelayanan yang cepat dan akurat	-0,5	18
5	Barang sampai sesuai jadwal	-1,71	1
6	Masalah pelanggan ditangani dengan handal	-1,05	5
<b>Indikator Responsiveness</b>			
7	Tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	-1,24	4
8	Cepat dalam melayani pelanggan	-0,56	15
9	Siap dalam membantu pelanggan yang kesulitan	-0,85	11
<b>Indikator Competencies</b>			
10	Pegawai memiliki pengetahuan tentang pekerjaannya	-0,66	14
11	Pegawai dapat dipercaya atas pekerjaannya	-0,8	12
12	Pegawai dapat dipercaya dalam penanganan pengiriman barang	-0,87	9
<b>Indikator Keapuasan</b>			
13	Pegawai ramah dalam melayani pelanggan	-0,04	23
14	Pegawai ramah dalam menangani keluhan pelanggan	-0,88	8
15	Pegawai ramah dalam menanggapi pertanyaan pelanggan	-0,47	16
<b>Indikator Kepercayaan</b>			
16	Perusahaan bertanggungjawab terhadap keamanan barang	-1,3	3
17	Perusahaan menjamin kelancaran pengiriman barang	-1	6
<b>Indikator Keamanan</b>			
18	Perusahaan menjamin barang tidak rusak	-0,86	10
19	Perusahaan menjamin barang tidak hilang	-1,57	2
<b>Indikator Akses</b>			
20	Lokasi drop point kargo mudah dijangkau	-0,36	20
21	Label pengiriman mudah diakses	-0,55	13
<b>Indikator Komunikasi</b>			
22	Pegawai memberikan informasi yang jelas mengenai prosedur kargo	-0,52	17
23	Pegawai memberikan informasi yang jelas mengenai perkembangan barang	-0,74	13
<b>Indikator Understanding</b>			
24	Pegawai menggunakan kepentingan pelanggan	-0,91	7
25	Pegawai memberi pelayanan secara personal	0,01	24

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Penggunaan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat membantu penentuan letak setiap atribut kualitas pelayanan yang diberikan PT Garuda Indonesia Bandung kepada pelanggan jasa kargo melalui diagram kartesius berikut ini.



**Gambar 4 Diagram Kartesius Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

### Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran I menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan namun tidak terlaksana dengan baik oleh perusahaan, yaitu:

Barang sampai sesuai jadwal (1)

Perusahaan menjamin barang tidak hilang (2)

Perusahaan bertanggungjawab terhadap keamanan barang (3)

Tanggap dalam menangani keluhan pelanggan (4)

Masalah pelanggan ditangani dengan handal (5)

Perusahaan menjamin kelancaran pengiriman barang (6)

Pegawai dapat dipercaya dalam penanganan pengiriman barang (9)

Pegawai dapat dipercaya atas pekerjaannya (12)

Sehingga atribut yang termasuk ke dalam Kuadran I menjadi prioritas utama yang perlu diperbaiki oleh perusahaan

### Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II menunjukkan atribut apa saja yang sudah dengan baik dilaksanakan oleh perusahaan, yaitu:

Perusahaan menjamin barang tidak rusak (10)

Pegawai memiliki pengetahuan tentang pekerjaannya (14)

Lacak kiriman mudah diakses (16)

Sehingga item-item tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh PT Garuda Indonesia Bandung

### **Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Kuadran III menunjukkan bahwa pelanggan tidak menganggap bahwa atribut tersebut penting dan juga tidak terlaksana dengan baik oleh perusahaan. Atribut yang termasuk kuadran ini adalah:

Pegawai mengutamakan kepentingan pelanggan (7)

Pegawai ramah dalam menangani keluhan pelanggan (8)

Siap dalam membantu pelanggan yang kesulitan (11)

Pegawai memberikan informasi yang jelas mengenai perkembangan barang (13)

Maka item-item yang termasuk kuadran III bisa diabaikan dalam pembenahan perusahaan

### **Kuadran IV (Berlebihan)**

Kuadran IV menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan namun dilaksanakan secara berlebihan oleh perusahaan, yaitu:

Cepat dalam melayani pelanggan (15)

Pegawai memberikan informasi yang jelas mengenai prosedur kargo (17)

Proses pelayanan yang cepat dan akurat (18)

Pegawai ramah dalam menanggapi pertanyaan pelanggan (19)

Lokasi drop point kargo mudah dijangkau (20)

Fasilitas pelayanan yang nyaman (21)

Lokasi memadai (22)

Pegawai ramah dalam melayani pelanggan (23)

Pegawai memberi pelayanan secara personal (24)

Penampilan pegawai rapi (25)

Dengan demikian, atribut yang ada pada kuadran IV lebih baik dialokasikan pada kegiatan lain yang memiliki prioritas lebih tinggi untuk dilakukan pengembangan.

### **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil perhitungan skor kepuasan pelanggan dan penentuan atribut pada diagram kartesius, diketahui bahwa 3 (tiga) item kualitas pelayanan terbaik yang sudah terlaksana oleh PT Garuda Indonesia Bandung adalah perusahaan dapat menjamin barang tidak rusak, pegawai memiliki pengetahuan tentang pekerjaannya dan pelacakan kiriman mudah diakses.

*Analisis Importance Performance Analysis (IPA)* menunjukkan bahwa masih terdapat 8 (delapan) hal yang perlu menjadi bahan pertimbangan utama dalam perbaikan kualitas pelayanan perusahaan, yaitu pengiriman barang sampai sesuai jadwal, perusahaan menjamin barang tidak hilang, perusahaan bertanggungjawab terhadap keamanan barang, pegawai lebih tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, masalah pelanggan ditangani dengan handal, perusahaan menjamin kelancaran pengiriman barang, pegawai dapat dipercaya dalam penanganan pengiriman barang dan pegawai dapat dipercaya atas pekerjaannya.

### **F. REFERENSI**

Algifari, 2019, Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano Edisi Revisi, BPFE, Yogyakarta.

Brandt, D.R., 2000. An “outside-in” approach to determining customer-driven priorities for improvement and innovation. *White Paper Series*, 2(2), pp.1-8.

Kasus, S., & Ogan, M. A. N. (2018). *Dengan Menggunakan Metode Servqual*. 1(2), 338–349.

- Merry Handayani, 2022. Meski Banyak Kompetitor, Garuda Indonesia Optimis Tingkatkan Bisnis Layanan Kargo Mulai Kuartal I-2023. Jakarta: VOI. <https://voi.id/ekonomi/239359/meski-banyak-kompetitor-garuda-indonesia-optimistis-tingkatkan-bisnis-layanan-kargo-mulai-kuartal-2023> diakses pada tanggal 5 Januari 2023.
- Ong, Johan O., & Pambudi, J., 2014. Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan *Importance Performance Analysis* DI SBU *Laboratory* Cibitung PT Sucofindo (Persero). J@TI Undip, Jurnal Teknik Industri, IX(1). <https://doi.org/10.12777/jati.9.1.1-10>
- Ramadhanti, E., & Marlana, N., 2021. Analisis Strategi Kualitas Layanan Menggunakan Metode Importance-Performance Analysis (IPA). Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi Unmul, Forum Ekonomi, 23(3). <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i3.9698>
- Santoso, B.S., Anwar, M.F. and Hermawati, S., 2016. Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual Dan Importance-Performance Analysis (IPA) Pada Situs Kaskus. In National Conference on Information Technology and Technical Engineering (CITEE). Yogyakarta: citee.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. In 1 (1 ed.). ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction* (4 ed.). C.V ANDI OFFSET (Penerbit ANDI).
- Velicia, 2022. Jasa Pengiriman Tetap Berpeluang Tumbuh Di Triwulan IV. Jakarta: Kompas. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/11/14/jasa-pengiriman-tetap-berpeluang-tumbuh-di-triwulan-iv> diakses pada tanggal 5 Januari 2023.
- Zeithaml, Valarie A., And Mary Jo Bitner. (2000). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, Second Edition. New York, NJ: Mc Graw-Hill Companies Inc.