

Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Net Promoter Score* pada JNE Tasikmalaya

UJANG ILHAM MULYANA SYUKUR^{1*}, YOANITA YUNIATI MUKTI¹

¹Institut Teknologi Nasional Bandung

Email:

ilhammulyana0609@mhs.itenas.ac.id

Received 06 02 2023 | Revised 13 02 2023 | Accepted 13 02 2023

ABSTRAK

Tingginya tingkat pengaduan pelanggan menunjukkan JNE Tasikmalaya perlu meningkatkan kualitas pelayanan. Indikasi penurunan pendapatan menunjukkan juga bahwa diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dan jumlah pelanggan. Penelitian ditujukan untuk menghasilkan rancangan usulan perbaikan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Pengukuran kualitas pelayanan didasarkan pada dimensi service quality. Jumlah sampel penelitian adalah 100 responden dan diperoleh tingkat loyalitas yang ditunjukkan dengan Nilai Net Promotor Score sebesar -15, artinya loyalitas pelanggan rendah dan perusahaan harus segera melakukan perbaikan. Hasil regresi pengujian hubungan kepuasan dan loyalitas mempunyai persamaan $Y = 1,105 + 0,496X$ dengan pengaruh sebesar 28.5%. Prioritas atribut kualitas pelayanan didasarkan pada metode Importance Performance Analysis. Tree diagram digunakan untuk menghasilkan usulan peningkatan kualitas pelayanan, diantaranya adalah perbaikan SOP karyawan, perbaikan penilaian dan apresiasi karyawan, perbaikan data pengiriman oleh pelanggan dan penambahan karyawan dan armada perusahaan.

Kata kunci: *loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan, regresi linear sederhana*

ABSTRACT

The high level of customer complaints indicates that JNE Tasikmalaya needs to improve service quality. Indications of declining revenue also indicate that efforts are needed to improve service quality and customer numbers. The research aimed to produce a draft proposal for improving service quality in increasing customer loyalty. Service quality measurement is based on service quality dimensions. The number of research samples was 100 respondents and obtained the level of loyalty indicated by the Net Promoter Score of -15, meaning that customer loyalty is low and the company must make immediate improvements. The regression results of testing the relationship between satisfaction and loyalty have the equation $Y = 1.105 + 0.496X$ with an influence of 28.5%. Prioritization of service quality attributes is based on the Importance Performance Analysis method. Tree diagram is used to generate proposals for improving service quality, including improving

employee SOPs, improving employee assessment and appreciation, improving delivery data by customers and adding employees and company fleets.

Keywords: *customer loyalty, service quality, simple linear regression*

1. PENDAHULUAN

Jasa pengiriman cepat atau logistik saat ini berperan penting dalam menopang perekonomian khususnya saat terjadi pandemi COVID-19. Situasi pandemi berhasil merubah dan meningkatkan konsumen untuk berbelanja dengan sistem online. Hal ini membuat masyarakat menjadi lebih konsumtif dikarenakan kemudahan akses berbelanja dan menyebabkan pengguna jasa pengiriman juga meningkat. Terjadinya pertumbuhan jasa pengiriman mendorong banyak pemain usaha baru memasuki bisnis ini baik jasa pengiriman domestik, regional, maupun internasional.

PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir atau yang biasa disebut dengan JNE merupakan salah satu jasa pengiriman tertua yang berdiri pada tahun 1990. Saat ini JNE terus memperluas jaringan titik layanan dan mengedepankan penggunaan teknologi dalam sistem kerjanya secara *online* untuk bisa memberikan informasi pengiriman terhadap konsumen. Berdasarkan data pengaduan terbanyak YLKI pada tahun 2021 menunjukkan bahwa JNE berada pada peringkat kedua sebagai perusahaan jasa ekspedisi yang memiliki aduan terbanyak pada Aduan tersebut merupakan data aduan kualitas pelayanan khususnya terkait dengan barang yang hilang, barang yang tidak sampai, harga pengiriman yang tidak sesuai, dan barang rusak serta estimasi waktu pengiriman tidak sesuai. Perusahaan sudah melakukan upaya perbaikan untuk permasalahan tersebut, akan tetapi hasilnya belum signifikan terhadap permasalahan tersebut karena perusahaan JNE Cabang Tasikmalaya masih banyak menerima pengaduan mengenai barang yang hilang, barang yang tidak sampai, barang yang rusak hingga estimasi pengiriman yang tidak sesuai. Permasalahan tersebut dapat menyebabkan perusahaan mengalami kerugian apabila tidak segera diperbaiki karena pelanggan dapat berpindah ke perusahaan lain. Perusahaan juga khawatir akan daya saing perusahaan dan loyalitas pelanggan JNE Tasikmalaya dapat menurun karena masalah ini, maka perbaikan kualitas pelayanan masih diperlukan oleh perusahaan.

2. STUDI LITERATUR

2.1. JASA

Kotler (2000) mendefinisikan jasa adalah "setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu". Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Menurut Zeithaml et al. (2002), ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu: *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa baik dan memuaskan.

2.2. KEPUASAN PELANGGAN

Tjiptono (2007) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen merupakan perbedaan persepsi mengenai ekspektasi awal dengan kinerja aktual setelah pelanggan menggunakan produk atau suatu layanan tertentu. Maka dapat didefinisikan, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

2.3. LOYALITAS PELANGGAN

Kotler & Keller (2018) mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk melakukan pembelian lain atau berlangganan produk tertentu atau layanan lagi di masa depan meskipun ada situasi pengaruh dan upaya pemasaran yang bisa berpotensi mengarah pada perilaku transisi. Loyalitas pelanggan menjadi tanggapan yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk menjunjung tinggi komitmen yang mendasarinya kesinambungan hubungan.

2.4 SERVICE QUALITY (SERVQUAL)

Service quality merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur kualitas dari suatu produk atau jasa, metode ini dikembangkan oleh Berry, Zeithaml, dan Parasuraman dimana kualitas pelayanan, harapan, dan kepuasan pelanggan dimana masing – masing memiliki hubungan yang dapat diukur dan dihitung dengan cara membandingkan persepsi dan ekspektasi pelanggan. Parasuraman et al. (1998) mengungkapkan terdapat 5 dimensi dari kualitas diantaranya:

1. *Tangible* (bukti fisik), berupa penampilan fasilitas, peralatan, pegawai, dan material yang digunakan.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan baik dan tepat.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesadaran dan keinginan dalam membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
4. *Assurance* (kepastian), yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan.
5. *Empathy* (empati), yaitu perhatian serta kepedulian secara pribadi yang ditujukan kepada pelanggan.

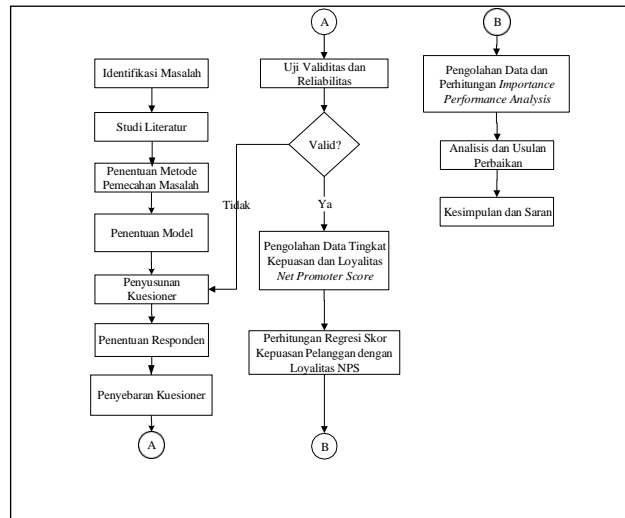
2.5 IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengetahui perbandingan penilaian pelanggan berdasarkan pentingnya kualitas layanan (*importance*) dengan kinerja pelayanan (*performance*). Metode importance performance analysis dapat dirincikan yang kemudian bersama dengan temuan, kesimpulan, implikasi bagi praktisi dan implikasi untuk penelitian akademis di masa depan (Joseph, 2005).

2.6 NET PROMOTER SCORE

Reichheld (2011) mengungkapkan bahwa NPS dapat digunakan untuk mengukur loyalitas, antusiasme, dan keterlibatan terhadap suatu produk/jasa. Uncles dan Dowling (2003) mengemukakan bahwa *net promoter score* adalah sesuatu yang membuat pelanggan dapat menunjukkan suatu merek, pelayanan, penyimpanan, kategori produk dan aktivitas lain yang paling berkesan bagi pelanggan.

3. METODOLOGI PENELITIAN



Gambar 1. Tahapan Penelitian

3.1 IDENTIFIKASI MASALAH

Identifikasi masalah berisikan permasalahan yang ditemukan di JNE Cabang Tasikmalaya. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik. Kepuasan pelanggan akan didapatkan apabila kebutuhan atau keinginannya dapat terpenuhi.

3.2 STUDI LITERATUR

Pada tahap studi literatur ini, peneliti mempelajari teori dan keilmuan yang berkaitan dari buku, karya ilmiah terdahulu, jurnal. Studi literatur mengenai analisis layanan, *service quality*, loyalitas pelanggan, metode *Net promoter score*, Regresi Linear Sederhana, *Importance Performance Analysis*, *Tree Diagram*.

3.3 PENENTUAN METODE PEMECAHAN MASALAH

Didapatkan metode yang cocok untuk penelitian ini adalah metode *Service quality* untuk pemecahan masalah kepuasan pelanggan, metode *Net promoter score* untuk mencari tingkat loyalitas konsumen, dan Regresi Linear untuk mengetahui hubungan antar variabel kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen. Metode tersebut digunakan karena relevan dengan rumusan masalah yang berfokus pada masalah kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap loyalitas yang didapatkan pada perusahaan JNE Tasikmalaya. Setelah menggunakan metode tersebut selanjutnya melakukan prioritas perbaikan menggunakan metode IPA dan *plotting* kedalam IPM serta metode *Tree Diagram* untuk usulan perbaikan kualitas pelayanan tersebut.

3.4 PENENTUAN MODEL PENELITIAN

Penentuan model merupakan gambaran atau rancangan penelitian dalam menentukan hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian ini terdiri 1 hipotesis. Hipotesis 1 yaitu: H_1 Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3.5 PENYUSUNAN KUESIONER

Kuesioner dibuat berdasarkan atribut dimensi kualitas pelayanan yang telah dilakukan oleh Parasuraman et., al (1998) yang meliputi 5 dimensi kualitas pelayanan diantaranya tangible, reliability, responsiveness, empathy, assurance. Penelitian terdahulu yang digunakan

dalam penyusunan kuesioner yaitu penelitian oleh Kang & James (2004) tentang analisis terhadap pelayanan Gronroos. Penelitian oleh Prananda dkk (2019) tentang penerapan metode servqual untuk peningkatan kualitas pelayanan pada sebuah hotel. Penelitian Swarnahadi (2021) tentang penelitian kualitas pelayanan di JNE Bandung.

3.6 PENENTUAN RESPONDEN

Populasi pada penelitian ini adalah jumlah pelanggan JNE Cabang Tasikmalaya dan berdomisili di Tasikmalaya dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

3.7 PENYEBARAN KUESIONER

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengumpulkan data yang nantinya akan diolah. Kuesioner memiliki 2 variabel yaitu kualitas pelayanan dan loyalitas. Kriteria responden pada penelitian ini antara lain yaitu konsumen berdomisili di Kota Tasikmalaya, Pernah melakukan transaksi minimal 2 kali pada JNE Cabang Tasikmalaya.

4. HASIL PENELITIAN

4.1 Pengujian Alat Ukur

Pengujian alat ukur berupa uji validitas dan uji reliabilitas yang dilakukan terhadap hasil dari penyebaran kuesioner pendahuluan yang diisi oleh 30 responden. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{tabel} dan nilai r_{hitung} . Nilai r_{tabel} yang didapatkan dari sampel dengan $df = N-2 = 30-2 = 28$ dan nilai signifikansi 1% maka nilai r_{tabel} adalah 0,478. Data hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel 1. Data menunjukkan bahwa semua tingkat kepentingan dan kepuasan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pertanyaan	R hitung Kepuasan	R hitung Kepentingan	R Tabel	Keterangan
1	0,708	0,817	0,478	VALID
2	0,651	0,671	0,478	VALID
3	0,588	0,752	0,478	VALID
4	0,628	0,74	0,478	VALID
5	0,65	0,71	0,478	VALID
6	0,733	0,742	0,478	VALID
7	0,727	0,693	0,478	VALID
8	0,781	0,759	0,478	VALID
9	0,688	0,817	0,478	VALID
10	0,768	0,856	0,478	VALID
11	0,7	0,72	0,478	VALID
12	0,621	0,815	0,478	VALID
13	0,565	0,782	0,478	VALID
14	0,588	0,786	0,478	VALID
15	0,672	0,78	0,478	VALID
16	0,733	0,868	0,478	VALID
17	0,66	0,847	0,478	VALID
18	0,75	0,752	0,478	VALID
19	0,738	0,793	0,478	VALID
20	0,823	0,809	0,478	VALID
21	0,704	0,892	0,478	VALID
22	0,649	0,793	0,478	VALID
23	0,742	0,783	0,478	VALID
24	0,752	0,746	0,478	VALID
25	0,667	0,735	0,478	VALID
26	0,556	0,632	0,478	VALID
27	0,756	0,785	0,478	VALID

Hasil uji reliabilitas variabel kepuasan dapat dilihat pada Gambar 2 dan variabel kepentingan dapat dilihat pada Gambar 3.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,966	27

Gambar 2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.968	27

Gambar 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepentingan

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur pada kuesioner. Hasil uji reliabilitas variabel kepuasan pelanggan dan variabel kepentingan diatas dapat dinyatakan reliabel karena nilai cronbach's alpha > dari 0,7 maka data layak untuk diolah kedalam tahapan berikutnya.

4.2 Perhitungan Skor Kualitas Pelayanan dan Skor Loyalitas *Net Promoter Score*
 Rekapitulasi data rata-rata kepuasan dan skor loyalitas pelanggan terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2. Data Rata-rata Skor Tiap Responden

Responden	Rata-rata Skor Kepentingan	Rata-rata Skor Kepuasan	Skor Loyalitas Pelanggan
1	2,333	1,630	1
2	2,037	1,926	1
3	3,037	4,000	9
4	2,111	2,148	4
5	2,037	1,926	6
6	1,926	1,741	5
7	2,222	1,852	2
8	5,000	5,000	10
9	2,741	2,593	4
10	3,444	3,000	7
...
100	3,037	4,926	8

4.5 Pengujian Hubungan Antara Kepuasan dan Loyalitas

Hasil SPSS Uji t hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas dapat dilihat pada Tabel 2 dan Tabel 3.

Tabel 2. Uji t Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,105	,272		4,057	,000
	Kepuasan	,496	,078	,540	6,355	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi Variabel Kepuasan Terhadap Loyalitas

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,540 ^a	,292	,285	,82908

a. Predictors: (Constant), Kepuasan

Nilai koefisien regresi dapat dilihat pada kolom B Unstandardized Coefficients, maka persamaan regresi tersebut menjadi:

$$Y = 1,105 + 0,496X$$

Berdasarkan data diatas hasil perhitungan SPSS dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai sig. $0,00 < 0,05$ maka hipotesis diterima. Data menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan JNE memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan

Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Net Promoter Score pada Jne Tasikmalaya

yang ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,285 atau 28,5%. Persamaan tersebut juga dapat diartikan bahwa ketika kepuasan pelanggan meningkat maka loyalitas pelanggan juga akan meningkat. Sehingga untuk meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara memperbaiki atau meningkatkan variabel yang berpengaruh tersebut.

4.3 Skor Kualitas Pelayanan

Perhitungan skor kualitas pelayanan diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan pelayanan yang diterima oleh pelanggan JNE Cabang Tasikmalaya. Skor kualitas pelayanan juga diperlukan untuk melakukan plotting kedalam diagram perbaikan kualitas layanan. Rata – rata skor tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan tiap variabel dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rata – Rata Skor Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pelanggan Tiap Variabel

Variabel	Tingkat Kepuasan	Tingkat Kepentingan
X1	3,3	2,9
X2	3,0	3,3
X3	3,3	3,4
X4	3,2	3,5
X5	3,2	3,4
X6	3,1	3,3
X7	3,1	3,3
X8	3,1	3,4
X9	3,2	3,3
X10	3,0	3,4
X11	3,1	3,3
X12	3,2	3,3
X13	3,0	3,3
X14	3,1	3,4
X15	3,3	3,5
X16	3,1	3,4
X17	3,0	3,2
X18	3,0	3,3
X19	3,4	3,4
X20	3,0	3,2
X21	3,1	3,3
X22	3,1	3,4
X23	3,0	3,3
X24	3,2	3,3
X25	3,1	3,2
X26	3,4	3,5
X27	3,2	3,3
Total	84,69	89,81
Rata - rata	3,1	3,3

4.4 Skor Loyalitas Pelanggan

Skor loyalitas didapatkan dari hasil kuesioner yang nantinya akan menjadi nilai Y dalam perhitungan regresi linier berganda, dimana nilai X nya adalah tingkat kepuasan tiap responden. Data skor loyalitas dapat dilihat pada Tabel 4. Data skor NPS keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 4. Skor Loyalitas Responden

Responden	Skor
1	1
2	1
3	9
4	4
5	6
6	5
7	2
8	10
9	4
10	7
...	...
100	8
Total	626

Tabel 5. Skor NPS Keseluruhan

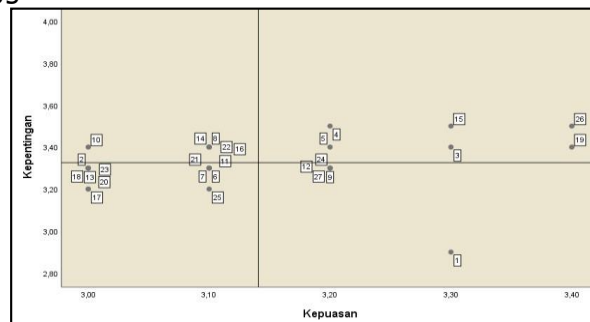
No.	Kategori	Jumlah Responden
1	<i>Detractor</i>	43
2	<i>Passive</i>	29
3	<i>Promoter</i>	28
Skor NPS		-15

Net promoter score = Jumlah Promoter – Jumlah Detractor = 28 – 43 = -15

Skor NPS didapatkan dari hasil banyaknya promoter dikurangi detractor. NPS paling kecil yaitu (-100) dan paling tinggi yaitu skor (100), data diatas menunjukkan bahwa perusahaan memilikiskor NPS -15 (dibawah 0) artinya perusahaan perlu melakukan perbaikan atau peningkatan karena detractor (pencela) lebih banyak dibandingkan dengan promoter.

4.6 Metode *Importance Performance Analysis*

Metode importance performance analysis (IPA) digunakan untuk menganalisis tingkat kinerja perusahaan atau layanan yang dirasakan oleh pelanggan dan tingkat kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan.



Gambar 4. Diagram Kartesius Atribut Kualitas Layanan

Variabel Kuadran A, merupakan bagian yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan namun pada kenyataannya belum sesuai seperti yang diharapkan. Variabel yang tergolong kategori A merupakan variabel prioritas untuk dilakukan peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Variabel yang tergolong kategori A adalah variabel.

1. X8 Pelayanan yang diberikan cepat.
2. X10 Karyawan sigap melayani pelanggan.
3. X14 Paket diterima tepat waktu.
4. X16 Paket dapat dilacak dengan mudah.
5. X22 Terdapat jaminan terhadap barang yang dikirim rusak atau hilang.

5. ANALISIS

5.1 Analisis Tingkat Kepuasan, Tingkat Kepentingan dan Hubungannya Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil NPS pada pengolahan data yaitu -15 maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan harus segera melakukan perbaikan loyalitas pelanggan yang salah satunya adalah meningkatkan kepuasan pelanggan. Karakteristik responden JNE Cabang Tasikmalaya juga menunjukkan pengunjung yang datang > 6 kali sangat sedikit, yaitu sebesar 12%. Hal tersebut menunjukkan bahwa perlu adanya upaya peningkatan loyalitas dengan salah satunya yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk mengetahui faktor kepuasan apakah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan maka diperlukan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Uji t pada regresi bernilai 6,131 dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yang artinya hipotesis diterima, yakni loyalitas konsumen dipengaruhi secara

signifikan oleh kepuasan pelanggan perusahaan tersebut. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan JNE memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,285 atau 28,5%. Persamaan regresi pada hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yaitu $Y = 1,105 + 0,496X$ yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

5.2 Analisis Importance Performance Analysis

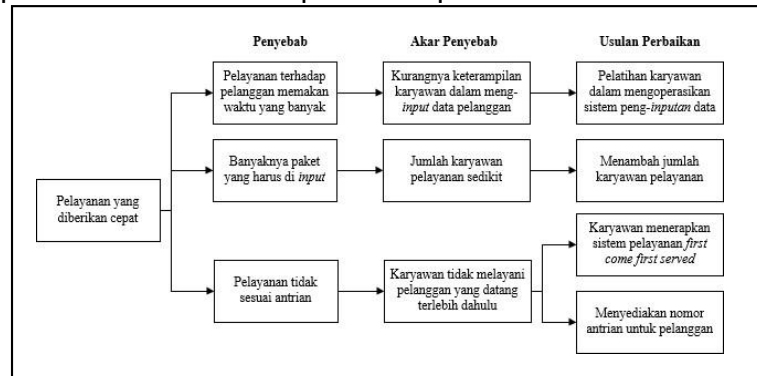
Variabel yang termasuk kedalam kuadran A memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, namun kinerja perusahaan masih terbilang rendah dibandingkan dengan variabel lain, maka 5 variabel tersebut diprioritaskan untuk dilakukan evaluasi peningkatan kualitas pelayanan pelanggan demi meningkatnya loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen adalah variabel yang terdapat pada kuadran A yang didukung dari hasil regresi sederhana bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Beberapa variabel di atas sejalan dengan permasalahan apa yang terjadi pada perusahaan JNE Cabang Tasikmalaya yaitu barang yang hilang, barang yang rusak hingga ketepatan waktu estimasi pengiriman.

5.3 Usulan Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan

Usulan perbaikan kualitas pelayanan diperoleh dari hasil yang didapatkan dari perhitungan hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menggunakan regresi linear sederhana. Perbaikan kualitas pelayanan didasarkan dari variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu variabel dari kuadran A diagram kartesius.

1. Analisis usulan perbaikan pada atribut "Pelayanan yang diberikan cepat"

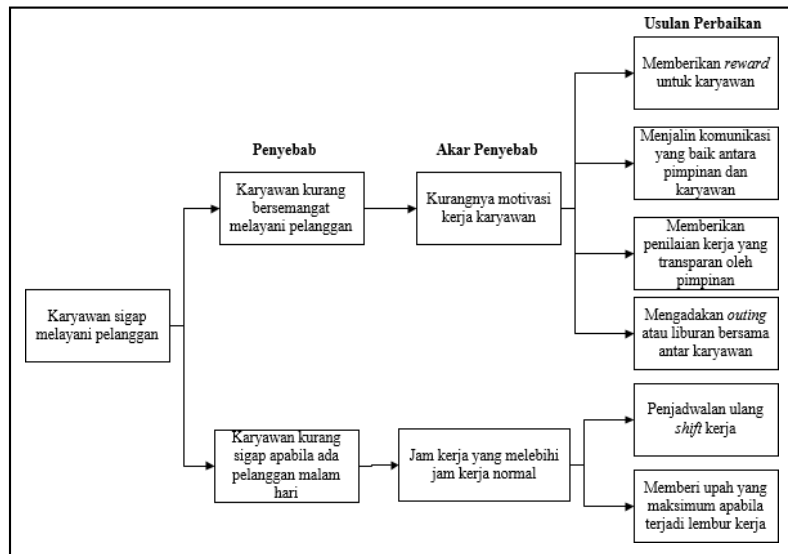
Tree diagram perbaikan atribut X8 dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 5. Perbaikan Atribut X8

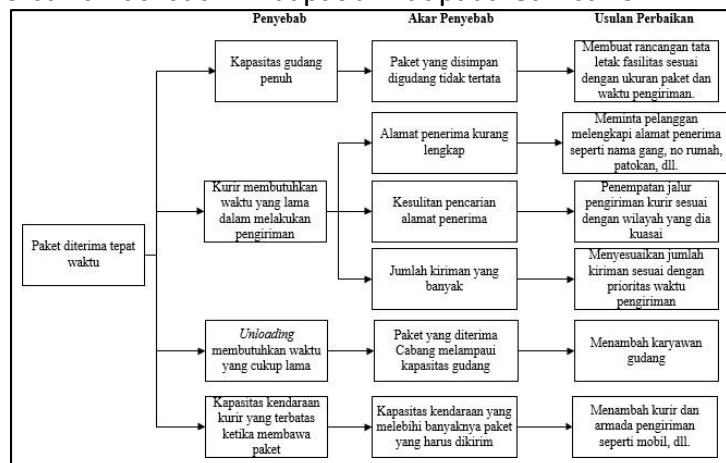
2. Analisis usulan perbaikan pada atribut "Karyawan sigap melayani pelanggan"

Tree diagram atribut X10 dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 6. Perbaikan Atribut X10

3. Usulan perbaikan pada atribut "Paket diterima tepat waktu"
 Tree Diagram perbaikan atribut X14 dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 7. Perbaikan Atribut X14

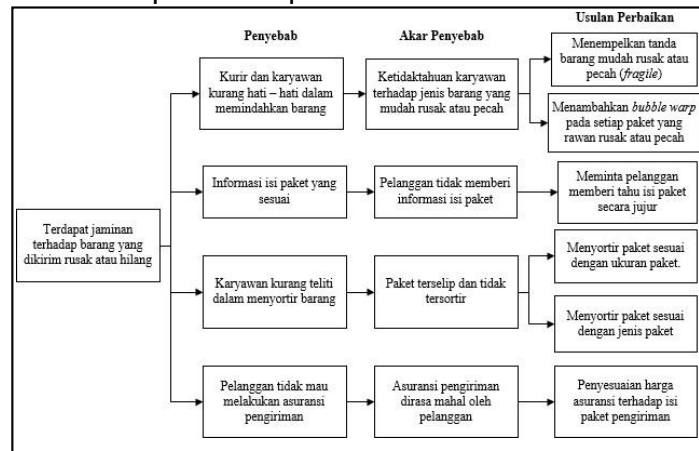
4. Analisis usulan perbaikan pada atribut "Paket dapat dilacak dengan mudah"
 Tree Diagram Atribut X16 dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 8. Perbaikan Atribut X16

Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Net Promoter Score pada Jne Tasikmalaya

5. Analisis usulan perbaikan pada atribut "Terdapat jaminan terhadap barang yang dikirim rusak atau hilang"
 Tree diagram atribut X22 dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 9. Perbaikan Atribut X22

Rekapitulasi usulan berdasarkan analisis perbaikan atribut X8, X10, X14, X16, X22 dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Rekapitulasi Usulan Berdasarkan Analisis Perbaikan

Dimensi	Variabel	Atribut Pertanyaan	Penyebab	Tindakan Perbaikan
Responsiveness	X8	Pelayanan yang diberikan cepat.	Pelayanan terhadap pelanggan memakan waktu yang banyak	Pelatihan karyawan dalam mengoperasikan sistem peng-inputan data
			Banyaknya paket yang harus di input	Menambah jumlah karyawan pelayanan
			Pelayanan tidak sesuai antrian	Karyawan menerapkan sistem pelayanan first come first served Menyediakan nomor antrian untuk pelanggan
	X10	Karyawan sigap melayani pelanggan.	Karyawan kurang bersemangat melayani pelanggan	Memberikan reward untuk karyawan Menjalin komunikasi yang baik antara pimpinan dan karyawan Memberikan penilaian kerja yang transparan oleh pimpinan Mengadakan outing atau liburan bersama antar karyawan
			Karyawan kurang sigap apabila ada pelanggan malam hari	Penjadwalan ulang shift kerja Memberi upah yang maksimum apabila terjadi lembur kerja
Reliability	X14	Paket diterima tepat waktu.	Kapasitas gudang penuh	Membuat rancangan tata letak fasilitas sesuai dengan ukuran paket dan waktu pengiriman.
			Kurir membutuhkan waktu yang lama dalam melakukan pengiriman	Meminta pelanggan melengkapi alamat penerima seperti nama gang, no rumah, patokan, dll. Penempatan jalur pengiriman kurir sesuai dengan wilayah yang dia kuasai Menyesuaikan jumlah kiriman sesuai dengan prioritas waktu pengiriman
			Unloading membutuhkan waktu yang cukup lama	Menambah karyawan gudang
			Kapasitas kendaraan kurir yang terbatas ketika membawa paket	Menambah kurir dan armada pengiriman seperti mobil, dll.
	X16	Paket dapat dilacak dengan mudah.	Pelanggan kesulitan melakukan pelacakan paket	Melakukan edukasi kepada pelanggan terhadap fungsi dari nomor resi pengiriman Karyawan melakukan update secara berkala terhadap seluruh paket Monitoring terhadap lokasi paket terakhir Pusat melakukan maintenance sistem secara berkala
			Lokasi paket tidak up-to-date Lokasi terakhir paket tidak terbaca oleh sistem	
Assurance	X22	Terdapat jaminan terhadap barang yang dikirim rusak atau hilang.	Kurir dan karyawan kurang hati-hati dalam memindahkan barang	Menempelkan tanda barang mudah rusak atau pecah (fragile) Menambahkan bubble wrap pada setiap paket yang rawan rusak atau pecah
			Informasi isi paket tidak yang sesuai	Meminta pelanggan memberi tahu isi paket secara jujur
			Karyawan kurang teliti dalam menyortir barang	Menyortir paket sesuai dengan ukuran paket. Menyortir paket sesuai dengan jenis paket
			Pelanggan tidak mau melakukan asuransi pengiriman	Penyesuaian harga asuransi terhadap isi paket pengiriman

Pengelompokan berdasarkan usulan perbaikan kualitas layanan yaitu perbaikan sop karyawan, perbaikan penilaian dan apresiasi karyawan, perbaikan data pengiriman oleh pelanggan dan penambahan karyawan dan armada perusahaan.

6. KESIMPULAN

Nilai rata-rata kepuasan pelanggan JNE Cabang Tasikmalaya adalah sebesar 3,1 sedangkan kepentingan sebesar 3,3 dengan menggunakan skala likert 1 sampai 5. Nilai loyalitas *net promoter score* akhir adalah -15, artinya perusahaan masuk kedalam kategori butuh perbaikan atau peningkatan. Variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan berpengaruh signifikan sebesar 28,5% terhadap loyalitas pelanggan JNE Cabang Tasikmalaya. Hasil regresi sederhana mempunyai persamaan $Y = 1,105 + 0,496X$ yang artinya hipotesis diterima, bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Berhubungan mengenai kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan maka JNE Cabang Tasikmalaya perlu melakukan peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan pengelompokan perbaikan yaitu Perbaikan SOP Karyawan, Perbaikan penilaian dan apresiasi karyawan, Perbaikan data pengiriman oleh pelanggan dan Penambahan karyawan dan armada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Joseph, M. (2005). Importance-performance analysis of UK and US bank customer perceptions of service delivery technologies. *International Journal Financial Services Management*. 1(No 1), pp. 69-76
- Kotler, P. (2000). *Managing and Delivering Marketing Programs*. Marketing Management: The Millennium Edition, 1–456.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management*. In *Essentials of Management for Healthcare Professionals (14th)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Parasuraman, A. P., Zeithaml, V., and Berry, L. L., (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp12- 37.
- Reichheld, F., & Markey, R. (2011). *The Ultimate Question 2.0 How Net Promoter Companies Thrive in a Customer-Driven World*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Tjiptono (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, Yogyakarta: Andi.
- Uncles, M. and Dowling, G. (2003). Customer Loyalty and Customer Loyalty Programs. *Journal of Consumer Marketing*, 20(4), pp. 294–316.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. P., & Malhotra, A. (2002). "Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30, 362–375.