



Tersedia secara online di <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jurmatis/index>

## JURMATIS

Jurnal Manajemen Teknologi dan Teknik Industri



# Peningkatan Kualitas Layanan Logistik Melalui Integrasi Model Kano dan Servqual: Studi Kasus pada PT. Pos Gondang, Mojokerto

Tyas Yuli Rosiani<sup>\*1</sup>, Indra Awy Prabowo<sup>2</sup>, Annisa Kesy Garside<sup>3</sup>, Ikhlasul Amallynda<sup>4</sup>  
tyasyuliroosiani@umm.ac.id<sup>1</sup>, awyprabowoindra@gmail.com<sup>2</sup>, annisa@umm.ac.id<sup>3</sup>, ikhlasulamallynda@umm.ac.id<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang

### Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Received : 18 – Nopember - 2024

Revised : 29 – Nopember - 2024

Accepted : 17 – Desember - 2024

Keywords :

Convenience Of Facilities ;  
Logistics Industry; Service  
Improvement; Speed Of  
Service; Timeliness Of  
Delivery

Untuk melakukan sitasi pada penelitian ini dengan format: Rosiani, T. Y., Prabowo, I. A., Garside, A. K., & Amallynda, I. (2025). Peningkatan kualitas layanan logistik melalui integrasi model Kano dan Servqual: Studi kasus pada PT. Pos Gondang, Mojokerto. JURMATIS (Jurnal Manajemen Teknologi Dan Teknik Industri), 7(1), 31 – 43.

### Abstract

Increased competition in the logistics industry requires service providers to continuously improve service quality in order to meet customer expectations. PT Pos Gondang Mojokerto faces several challenges in providing adequate services, such as long queues, limited operating hours, and no warranty for packages sent. This study aims to measure and improve the quality of PT Pos Gondang services through the integration of the Servqual method and the Kano Model. The Servqual method is used to calculate the gap between service performance and customer expectations, while the Kano Model identifies service attributes that should be prioritized for improvement. Based on the analysis, there are 12 attributes that require immediate improvement, including speed of service, timeliness of delivery, and convenience of facilities. The results show that implementing improvements to these prioritized attributes can significantly increase customer satisfaction and strengthen PT Pos Gondang's competitive position in the logistics market. The implications of this research provide insight for companies in developing service improvement strategies based on consumer needs, so as to increase competitiveness in the midst of dynamic logistics industry competition.

### Abstrak

Persaingan dalam industri logistik yang semakin ketat menuntut penyedia layanan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi harapan pelanggan. PT. Pos Gondang Mojokerto menghadapi beberapa tantangan dalam memberikan layanan yang memadai, seperti antrian panjang, keterbatasan jam operasional, dan tidak adanya garansi untuk paket yang dikirim. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan meningkatkan kualitas layanan PT. Pos Gondang melalui integrasi metode Servqual dan Model Kano. Metode Servqual digunakan untuk menghitung kesenjangan antara kinerja pelayanan dengan harapan pelanggan, sedangkan Model Kano mengidentifikasi atribut layanan yang harus diprioritaskan untuk perbaikan. Berdasarkan analisis, terdapat 12 atribut yang memerlukan peningkatan segera, termasuk kecepatan layanan, ketepatan waktu pengiriman, dan kenyamanan fasilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi perbaikan pada atribut prioritas tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan dan memperkuat posisi kompetitif PT. Pos Gondang di pasar logistik. Implikasi dari penelitian ini memberikan wawasan bagi perusahaan dalam menyusun strategi perbaikan layanan berbasis kebutuhan konsumen, sehingga mampu meningkatkan daya saing di tengah persaingan industri logistik yang dinamis.

## 1. Pendahuluan

Industri logistik menghadapi persaingan ketat, dengan peningkatan ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan yang cepat, tepat, dan andal [1]. PT. Pos Gondang Mojokerto, sebagai salah satu penyedia layanan logistik, harus beradaptasi untuk memenuhi harapan pelanggan dan menghadapi kompetitor seperti TIKI dan JNE. Pelayanan yang optimal menjadi kunci utama dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas konsumen, yang berujung pada daya saing perusahaan [2][3]. Namun, kendala seperti keterlambatan pengiriman dan keterbatasan fasilitas masih menjadi tantangan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan [4][5]. Kondisi eksisting 3 bulan terakhir, menunjukkan rata-rata tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan PT. Pos Gondang Mojokerto adalah 3,9 dari skala 5, yang mencerminkan tingkat cukup puas, tetapi masih di bawah rata-rata harapan pelanggan dengan nilai sebesar 4,2 dari skala 5. Untuk mengatasi kendala ini, penelitian ini mengusulkan pendekatan yang dapat membantu PT. Pos Gondang memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan.

Studi sebelumnya mengungkapkan menggunakan *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA) menemukan rata-rata gap kualitas layanan sebesar -0,50 di Terminal Kargo Domestik Bandara Kualanamu, menunjukkan perlunya perbaikan untuk memenuhi harapan pelanggan [6]. Selain itu, mengevaluasi kualitas layanan Unit Kesehatan Dasar (UBS) menggunakan Model *Kano* dan *Servqual*, menemukan bahwa atribut kritis seperti “Lingkungan yang bersih dan nyaman” dan “Keandalan informasi” dengan koefisien  $>1,575$  menjadi prioritas utama perbaikan [7]. Studi lain mengintegrasikan metode *Servqual* dan *Kano Model* ke dalam *House of Quality* [8][9], menemukan bahwa dari 24 atribut layanan, 23 memiliki gap negatif, dan 17 atribut prioritas diterjemahkan ke dalam 29 strategi teknis, dengan penambahan jalur rel di stasiun transit sebagai prioritas tertinggi [10][11]. Namun, studi tersebut dominan berfokus pada sektor non-logistik dan hanya menggunakan kedua model secara terbatas, tanpa integrasi mendalam yang sesuai untuk menangani tantangan khusus di industri logistik. Untuk mengisi celah ini, penelitian ini mengembangkan integrasi yang lebih komprehensif antara *Servqual* dan Model *Kano*. Pendekatan ini dirancang untuk memberikan panduan yang efektif dan berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas layanan di PT. Pos Gondang Mojokerto.

Studi ini menawarkan metode *Servqual* digunakan untuk mengukur gap antara persepsi dan ekspektasi pelanggan pada dimensi kualitas layanan, sehingga memberikan informasi kuantitatif mengenai kesenjangan yang perlu diatasi [12]. Namun, metode ini memiliki keterbatasan dalam menjelaskan sejauh mana atribut layanan memengaruhi

kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, Model Kano dilibatkan untuk mengidentifikasi dan mengklasifikasikan atribut layanan ke dalam kategori seperti "*Must-be*," "*One-dimensional*" dan "*Attractive*" [13]. Klasifikasi ini akan menentukan prioritas perbaikan berdasarkan dampaknya terhadap pengalaman pelanggan dan memberikan panduan strategis yang lebih terarah, khususnya dalam konteks kebutuhan pelanggan PT. Pos Gondang Mojokerto. Kombinasi kedua metode ini memberikan analisis yang lebih holistik dibandingkan pendekatan sebelumnya. Selain itu, penelitian ini diterapkan secara khusus pada sektor logistik lokal, yang jarang menjadi fokus studi terdahulu, dengan PT. Pos Gondang Mojokerto sebagai studi kasus. Hal ini tidak hanya memberikan relevansi lokal tetapi juga menghasilkan panduan strategis yang dapat diadaptasi oleh sektor logistik lainnya yang menghadapi tantangan serupa.

Studi ini bertujuan bertujuan untuk meningkatkan kualitas layanan logistik di PT. Pos Gondang Mojokerto dengan mengintegrasikan metode *Servqual* dan Model *Kano*. Melalui metode *Servqual*, penelitian ini mengukur kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan pada dimensi kualitas layanan, sedangkan Model *Kano* digunakan untuk mengidentifikasi atribut layanan prioritas yang paling berdampak terhadap kepuasan pelanggan dalam menghasilkan strategi perbaikan layanan yang terarah dan berbasis kebutuhan pelanggan. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi PT. Pos Gondang Mojokerto dalam menghadapi persaingan di sektor logistik sekaligus berkontribusi pada pengembangan metode evaluasi kualitas layanan dalam kajian akademik. Studi ini akan kontribusi signifikan pada peningkatan kualitas layanan di industri logistik dengan menawarkan solusi praktis dan berbasis data untuk menentukan prioritas perbaikan. Pendekatan ini tidak hanya memperkaya pemahaman teoretis mengenai evaluasi kualitas layanan tetapi juga memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, loyalitas, dan citra di pasar kompetitif. Selain itu, model integrasi ini dapat menjadi acuan untuk pengembangan layanan di sektor jasa lain, sekaligus membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut di masa mendatang.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1 Desain Penelitian

Desain ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif untuk menganalisis dan meningkatkan kualitas layanan PT. Pos Gondang Mojokerto melalui metode *Servqual* dan Model *Kano*. Desain ini mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi *Servqual* dan mengelompokkan atribut layanan dengan Model *Kano*. Hasil kedua

metode digabungkan untuk mengidentifikasi atribut prioritas yang perlu diperbaiki, memberikan panduan perbaikan bagi perusahaan [14].

## 2.2 Populasi dan Sampel

Studi dengan populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. Pos Gondang Mojokerto. Sampel diambil secara *purposive sampling* [15], yaitu pelanggan yang menggunakan layanan pengiriman atau jasa keuangan dalam tiga bulan terakhir. Berdasarkan perhitungan rumus *Slovin* dengan *margin of error* 5%, jumlah sampel yang diperlukan adalah 75 responden, yang dianggap representatif untuk menggambarkan populasi pelanggan secara keseluruhan. Sampel ini mencakup pelanggan yang telah menggunakan layanan PT. Pos Gondang Mojokerto setidaknya satu kali selama periode penelitian.

## 2.3 Instrumen Penelitian

Instrumen utama penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang terdiri dari kuesioner *Servqual* dan Model *Kano*. Kuesioner *Servqual* mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan pada lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* [16]. Setiap pernyataan menggunakan skala Likert 1-5, di mana 1 berarti sangat tidak puas dan 5 sangat puas [17]. Kuesioner Model *Kano* berisi pernyataan fungsional dan disfungsional yang mengelompokkan atribut layanan ke dalam kategori "*must-be*", "*one-dimensional*," dan "*attractive*" [18]. Kedua kuesioner ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya menggunakan IBM SPSS versi 2023 untuk memastikan instrumen penelitian dapat diandalkan [19].

## 2.4 Prosedur Penelitian

Studi ini dengan prosedur mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel pelanggan PT. Pos Gondang Mojokerto yang dipilih melalui *purposive sampling* kepada 75 responden. Setelah data diperoleh, analisis dilakukan menggunakan metode *Servqual* untuk menghitung kesenjangan (*gap*) antara persepsi dan harapan pelanggan pada lima dimensi utama kualitas layanan, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. *Gap Servqual* dihitung menggunakan rumus yang ada pada persamaan (1).

$$\text{Skor Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \quad \dots(1)$$

Kemudian menunjukkan area yang perlu ditingkatkan, terutama pada atribut yang memiliki skor negatif. Selanjutnya, setiap atribut layanan diklasifikasikan dengan Model *Kano* berdasarkan tanggapan pelanggan terhadap pernyataan fungsional dan disfungsional. Dengan menggunakan *Blauth's Formula*, klasifikasi ini memisahkan atribut ke dalam

kategori *Must-be*, *One-dimensional* dan *Attractive*, yang memudahkan prioritas perbaikan. Setelah mengintegrasikan hasil dari *Servqual* dan Model *Kano*, atribut-atribut yang memiliki *gap* negatif dan masuk kategori “*Must-be*” atau “*One-dimensional*” diprioritaskan untuk ditingkatkan. Integrasi ini memberikan panduan yang jelas bagi PT. Pos Gondang Mojokerto dalam meningkatkan kualitas layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

### 3. Hasil dan Pembahasan

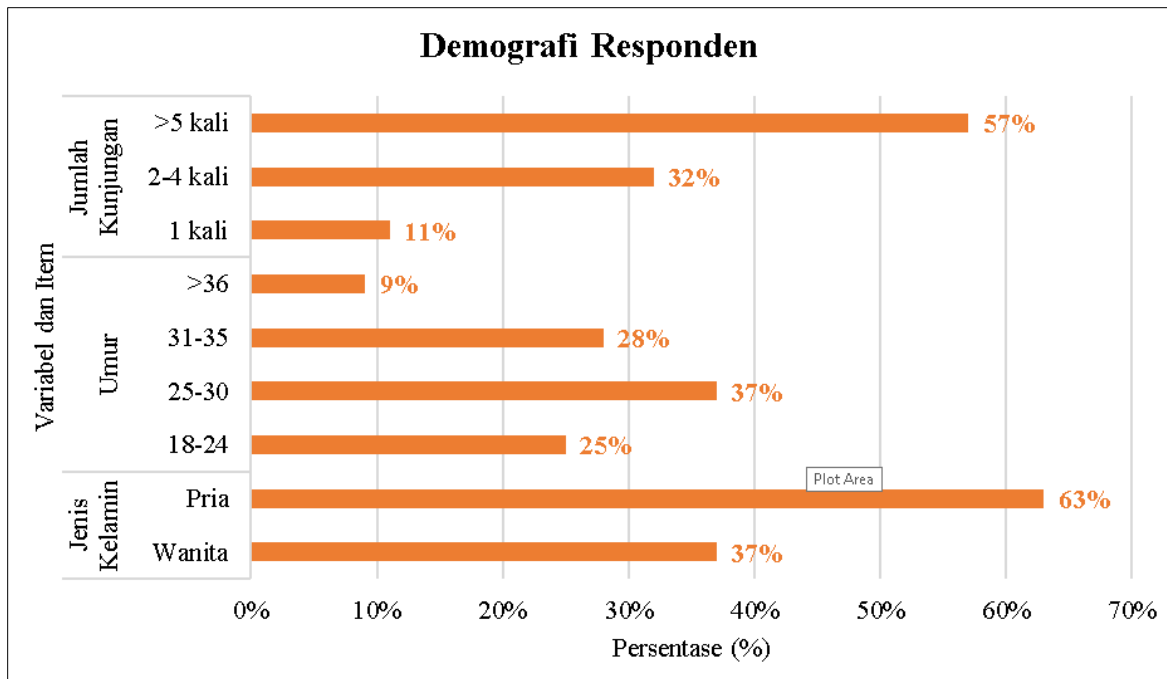
#### 3.1 Demografi Responden Penelitian

Studi ini mengungkapkan mayoritas responden adalah pria (63%), sementara wanita berjumlah 37%. Hal ini mungkin menunjukkan kecenderungan pria lebih sering menggunakan layanan yang diteliti. Dari segi umur, sebagian besar responden berusia 25-30 tahun (37%), diikuti oleh kelompok usia 31-35 tahun (28%), 18-24 tahun (25%), dan di atas 36 tahun (9%) (Tabel 2).

Tabel 1. Demografi Responden

Variabel	Item	Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Wanita	28	37%
	Pria	47	63%
Umur (Tahun)	18-24	19	25%
	25-30	28	37%
	31-35	21	28%
	>36	7	9%
Jumlah Kunjungan (Kali)	1 kali	8	11%
	2-4 kali	24	32%
	>5 kali	43	57%

Sumber: Olah data, 2024



Gambar 1. Demografi Responden  
Sumber: Olah data, 2024

Responden umumnya berasal dari kelompok usia produktif 25-35 tahun. Berdasarkan frekuensi kunjungan, 57% responden telah melakukan lebih dari 5 kali kunjungan, diikuti oleh 32% dengan 2-4 kali kunjungan, dan 11% dengan 1 kali kunjungan. Responden dengan kunjungan lebih sering cenderung memiliki persepsi yang lebih mendalam tentang kualitas layanan (Gambar 3).

### 3.2 Nilai Kesenjangan, Kategorisasi Model Kano dan Koefisien Kepuasan Pelanggan

Studi ini menemukan adanya kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh PT. Pos Gondang Mojokerto yang disajikan pada tabel 2. Berdasarkan Tabel Gap Servqual, atribut dengan nilai gap negatif terbesar adalah "petugas bersikap ramah dan memberikan senyum kepada pelanggan" dengan nilai gap -0,84, "kantor pos menggunakan teknologi modern guna menunjang kebutuhan perusahaan dan pelanggan" dengan nilai gap -0,8, serta "fasilitas kantor pos yang lengkap dengan kondisi baik" dengan nilai gap -0,747. Nilai gap negatif ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap atribut-atribut ini daripada kinerja aktual yang dirasakan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya [20] yang menyatakan bahwa keramahan petugas, ketersediaan fasilitas, dan penggunaan teknologi berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di sektor layanan.

Atribut keramahan petugas yang mendapat nilai gap tertinggi menunjukkan bahwa interaksi langsung antara petugas dan pelanggan menjadi perhatian utama pelanggan dalam

menilai kualitas layanan. Kesenjangan disebabkan oleh kurangnya pelatihan atau kesadaran petugas terhadap pentingnya sikap ramah dalam melayani pelanggan [21]. Selain itu, kesenjangan dalam atribut teknologi modern yang digunakan oleh kantor pos menunjukkan bahwa pelanggan mengharapkan adanya teknologi yang lebih mutakhir dalam mendukung operasional layanan. Penelitian [22] mengindikasikan bahwa penggunaan teknologi yang tepat dalam layanan logistik dapat mempercepat proses pengiriman dan meminimalkan kesalahan. Sementara itu, atribut mengenai kelengkapan dan kondisi fasilitas kantor pos juga menunjukkan kesenjangan yang signifikan. Fasilitas yang lengkap dan kondisi yang baik sangat mendukung persepsi positif pelanggan terhadap layanan [23] (Tabel 3).

Tabel 2. Kesenjangan Nilai Kinerja dan Nilai Harapan Kualitas Layanan

No.	Atribut	Rata-rata Kinerja	Rata-rata Harapan	GAP
1	Kecepatan proses pengiriman sesuai dengan estimasi yang ditetapkan	3.44	4.147	-0.707
2	Cangkupan wilayah pengiriman yang luas baik di seluruh Indonesia maupun luar negeri	4.533	4.093	0.44
3	Paket maupun surat yang terkirim dalam kondisi baik dan sesuai dengan tempat tujuan	3.8	4.267	-0.467
4	Biaya layanan pengiriman dan layanan keuangan yang terjangkau	4.467	3.693	0.774
5	Daya tanggap petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat	4.4	3.893	0.507
6	Kecepatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan saat melakukan transaksi	3.52	4.16	-0.64
7	Petugas selalu bersedia membantu pelanggan	4.467	3.787	0.68
8	Adanya petugas kurir pengantaran untuk menangani pelanggan yang menanyakan posisi paket	3.92	4.147	-0.227
9	Pelanggan merasa aman selama bertransaksi	4.56	3.773	0.787
10	Keakuratan petugas dalam memberikan jawaban dari pertanyaan pelanggan	3.627	4.253	-0.626
11	Petugas bersikap ramah dan memberikan senyum kepada pelanggan	3.453	4.293	-0.84
12	Brand perusahaan sudah di kenal masyarakat	3.573	4.08	-0.507
13	Memiliki jam kerja operasional	3.64	4.173	-0.533
14	Petugas dapat berkomunikasi dengan cakap kepada pelanggan	4.28	4.067	0.213
15	Petugas adil dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan sesuai dengan urutan antrian tanpa dibedakan	4.467	3.92	0.547
16	Fasilitas kantor pos yang lengkap dengan kondisi baik	3.52	4.267	-0.747
17	Petugas selalu berpenampilan rapi sesuai sop perusahaan	3.747	4.16	-0.413
18	Kantor pos menggunakan teknologi modern guna menunjang kebutuhan perusahaan dan pelanggan	3.387	4.187	-0.8
19	Barang sampai tujuan dengan kondisi baik	4.067	4.253	-0.186

Sumber: Olah data, 2024

Terdapat atribut layanan di PT. Pos Gondang Mojokerto terbagi dalam beberapa kategori penting. Atribut *Must-be*, seperti keramahan petugas dan penggunaan teknologi modern adalah kebutuhan dasar yang wajib dipenuhi [24]. Atribut *One-dimensional*, seperti cakupan wilayah pengiriman dan responsivitas petugas, memiliki dampak langsung terhadap kepuasan, sehingga peningkatan pada aspek-aspek ini akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, atribut *Attractive*, seperti perasaan aman saat transaksi, dapat menambah kepuasan tetapi tidak menyebabkan ketidakpuasan jika tidak ada. Berdasarkan koefisien kepuasan, atribut daya tanggap petugas dalam menanggapi keluhan memiliki pengaruh positif terbesar terhadap kepuasan, sedangkan keramahan petugas memiliki dampak negatif terbesar jika tidak terpenuhi. Hasil ini menunjukkan bahwa PT. Pos Gondang perlu fokus pada atribut *Must-be* untuk menjaga standar layanan dan atribut *One-dimensional* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara langsung (Tabel 4).

Tabel 3. Kategorisasi Model Kano dan Koefisien Pelanggan

Atribut	Skala penilaian						Kategori	Customer Satisfaction	Customer Dissatisfaction
	A	M	O	I	R	Q			
1	14	25	11	25	0	0	M	0.333	-0.480
2	11	17	28	19	0	0	O	0.520	-0.600
3	19	22	14	20	0	0	M	0.440	-0.480
4	23	12	16	24	0	0	M	0.520	-0.373
5	22	14	16	23	0	0	M	0.507	-0.400
6	13	15	39	8	0	0	O	0.693	-0.720
7	14	17	27	17	0	0	O	0.547	-0.587
8	26	19	16	14	0	0	A	0.560	-0.467
9	22	15	17	21	0	0	A	0.520	-0.427
10	15	31	11	18	0	0	M	0.347	-0.560
11	15	29	20	11	0	0	M	0.467	-0.653
12	11	29	16	19	0	0	M	0.360	-0.600
13	10	14	28	23	0	0	O	0.507	-0.560
14	12	18	32	13	0	0	O	0.587	-0.667
15	14	34	11	16	0	0	M	0.333	-0.600
16	19	27	17	12	0	0	M	0.480	-0.587
17	15	11	28	21	0	0	O	0.573	-0.520
18	10	26	17	22	0	0	M	0.360	-0.573
19	24	14	19	18	0	0	A	0.573	-0.440

Sumber: Olah data, 2024

PT. Pos Gondang Mojokerto perlu memprioritaskan perbaikan pada atribut *Must-be* seperti keramahan petugas dan penggunaan teknologi modern, karena gap negatif pada atribut ini menunjukkan ketidakpuasan yang besar jika tidak terpenuhi. Atribut *One-dimensional* seperti cakupan wilayah pengiriman yang luas memiliki gap positif, yang berarti peningkatan lebih lanjut dapat langsung meningkatkan kepuasan pelanggan.



Sementara itu, atribut *Attractive* seperti keamanan transaksi berfungsi sebagai nilai tambah yang dapat memperkaya pengalaman pelanggan. Prioritas perbaikan sebaiknya difokuskan pada atribut dasar, dengan peningkatan tambahan pada atribut utama dan nilai tambah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan [25].

### 3.3 Model Integrasi *Servqual* dan *Kano*

Studi ini menunjukkan atribut layanan seperti keramahan petugas, penggunaan teknologi modern, dan kelengkapan fasilitas kantor memiliki nilai gap negatif terbesar. Hal ini sejalan dengan temuan [26], yang mengidentifikasi bahwa keramahan dan kesopanan petugas memainkan peran signifikan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan. Selain itu, penelitian Nurhayati and Yanti [27] mendukung bahwa penggunaan teknologi modern sangat penting dalam meningkatkan efisiensi operasional layanan logistik, sehingga menjadi harapan utama pelanggan. Temuan mengenai kelengkapan fasilitas juga sejalan dengan Sinaga, et al. [28], yang menyoroti bahwa kondisi fasilitas fisik yang memadai berkontribusi pada kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Tabel 5).

Tabel 4. Integrasi *Servqual* dan *Kano* Model

NO	Atribut	<i>GAP</i>	Kategori	<i>Grade</i>
1	Kecepatan proses pengiriman sesuai dengan estimasi yang ditetapkan	-0.707	M	<i>Weakness</i>
2	Cangkupan wilayah pengiriman yang luas baik di seluruh Indonesia maupun luar negeri	0.440	O	<i>Strong</i>
3	Paket maupun surat yang terkirim dalam kondisi baik dan sesuai dengan tempat tujuan	-0.467	M	<i>Weakness</i>
4	Biaya layanan pengiriman dan layanan keuangan yang terjangkau	0.774	A	<i>Strong</i>
5	Daya tanggap petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat	0.507	A	<i>Strong</i>
6	Kecepatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan saat melakukan transaksi	-0.640	O	<i>Weakness</i>
7	Petugas selalu bersedia membantu pelanggan	0.680	O	<i>Strong</i>
8	Adanya petugas kurir pengantaran untuk menangani pelanggan yang menanyakan posisi paket	-0.227	A	<i>Weakness</i>
9	Pelanggan merasa aman selama bertransaksi	0.787	A	<i>Strong</i>
10	Keakuratan petugas dalam memberikan jawaban dari pertanyaan pelanggan	-0.626	M	<i>Weakness</i>
11	Petugas bersikap ramah dan memberikan senyum kepada pelanggan	-0.840	M	<i>Weakness</i>
12	Brand perusahaan sudah di kenal masyarakat	-0.507	M	<i>Weakness</i>
13	Memiliki jam kerja operasional	-0.533	O	<i>Weakness</i>
14	Petugas dapat berkomunikasi dengan cakap kepada pelanggan	0.213	O	<i>Strong</i>

Lanjutan Tabel 5. Integrasi Servqual dan Kano Model

15	Petugas adil dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan sesuai dengan urutan antrian tanpa dibedakan	0.547	M	<i>Strong</i>
16	Fasilitas kantor pos yang lengkap dengan kondisi baik	-0.747	M	<i>Weakness</i>
17	Petugas selalu berpenampilan rapi sesuai sop perusahaan	-0.413	O	<i>Weakness</i>
18	Kantor pos menggunakan teknologi modern guna menunjang kebutuhan perusahaan dan pelanggan	-0.800	M	<i>Weakness</i>
19	Barang sampai tujuan dengan kondisi baik	-0.186	A	<i>Weakness</i>

Sumber: Olah data, 2024

*Servqual* dan Model *Kano* dalam penelitian ini memberikan pendekatan yang lebih komprehensif dibandingkan studi sebelumnya. Model *Kano* mengklasifikasikan atribut layanan seperti keramahan petugas sebagai kategori "*Must-be*," yang menunjukkan bahwa ketidakpuasan akan meningkat signifikan jika atribut ini tidak terpenuhi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan panduan strategis bagi PT. Pos Gondang Mojokerto untuk fokus pada peningkatan atribut utama yang paling memengaruhi pengalaman pelanggan, sesuai dengan kebutuhan spesifik di sektor logistik.

#### 4. Kesimpulan

Studi ini telah menemukan bahwa untuk meningkatkan kualitas layanan di PT. Pos Gondang Mojokerto melalui integrasi metode *Servqual* dan Model *Kano* dengan klasifikasi 12 atribut layanan yang memerlukan perbaikan segera. Atribut dengan kesenjangan negatif terbesar adalah "keramahan petugas" dengan nilai gap sebesar -0,84, "penggunaan teknologi modern" dengan gap -0,8, dan "kelengkapan fasilitas kantor" dengan gap -0,747. Temuan dari Model *Kano*, atribut "daya tanggap petugas dalam menanggapi keluhan" memiliki koefisien kepuasan tertinggi sebesar 0,693, sedangkan "keramahan petugas" memiliki dampak negatif terbesar jika tidak diperbaiki, dengan koefisien ketidakpuasan sebesar -0,653. Temuan ini menunjukkan bahwa fokus pada atribut-atribut prioritas dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan dan memperkuat daya saing PT. Pos Gondang Mojokerto. Pendekatan ini memberikan kontribusi strategis dalam meningkatkan kualitas layanan logistik sekaligus menjadi model evaluasi yang relevan untuk sektor lainnya. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah dan mempertimbangkan metode tambahan untuk pengembangan strategi perbaikan layanan.

#### Daftar Pustaka

- [1] Z. Fanani, N. B. Puspitasari, A. Susanty, A. R. Andini, and R. Rumita, "ANALISIS LOGISTIC SERVICE QUALITY UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN JASA PENGIRIMAN JNE EXPRESS," *J@ti Undip J. Tek. Ind.*, vol.

- 15, no. 2, pp. 73–81, 2020.
- [2] N. A. A. Roslan, E. Wahab, and N. H. Abdullah, “Service Quality: A Case Study of Logistics Sector in Iskandar Malaysia Using SERVQUAL Model,” *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 172, pp. 457–462, 2015, doi: 10.1016/j.sbspro.2015.01.380.
- [3] L. N. Fukey, S. S. Issac, K. Balasubramanian, and V. Jaykumar, “Service Delivery Quality Improvement Models: A Review,” *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 144, pp. 343–359, 2014, doi: 10.1016/j.sbspro.2014.07.304.
- [4] O. D. Anggraeni, E. P. Septianti, and B. W. S. Siregar, “Pengaruh Tarif dan Kecepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan E-commerce,” *JEMSI (Jurnal Ekon. Manajemen, dan Akuntansi)*, vol. 10, no. 2, pp. 783–793, 2024, doi: 10.35870/jemsi.v10i2.2046.
- [5] E. Marnika, S. Zega, and Y. A. Iskandar, “Model Kualitas Layanan Terbaik untuk Pelanggan di Terminal Kargo Domestik Bandara Kualanamu,” *J. Manaj. Teknol. dan Tek. Ind.*, vol. 5, no. 2, pp. 111–119, 2023, [Online]. Available: <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jurmatis/index>
- [6] Lacerda, Souza, D. Silva, Azevendo, and Melo, “Basic Health Units service quality assessment through Kano And SERVQUAL models,” *Benchmarking An Int. J.*, vol. 29, no. 9, pp. 2858–2880, 2022.
- [7] H. Pakizehkar, M. M. Sadrabadi, R. Z. Mehrjardi, and A. E. Eshaghieh, “The Application of Integration of Kano’s Model, AHP Technique and QFD Matrix in Prioritizing the Bank’s Substructions,” *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 230, no. May, pp. 159–166, 2016, doi: 10.1016/j.sbspro.2016.09.020.
- [8] Y. L. Zhang, R. F. Bi, and M. Xiao, “Studying on Enhancing Readers’ Satisfaction Model of Electronic Service Quality in Library Based on LibQUAL+ and Kano,” *Procedia Eng.*, vol. 174, pp. 260–266, 2017, doi: 10.1016/j.proeng.2017.01.132.
- [9] F. Dianawati, H. Hanif, and L. Maiciptaani, “Strategy of service quality improvement for commuter line Jabodetabek train using integration methods of SERVQUAL and Kano Model into house of quality,” *2nd Int. Conf. Sci. Math. Environ. Educ.*, no. May 2023, 2024.
- [10] L. Lukman, A. Eko SUJIANTO, A. Waluyo, and M. Yahya, “Service Quality and Consumer Satisfaction: An Empirical Study in Indonesia\*,” *J. Asian Financ.*, vol. 8, no. 5, pp. 971–977, 2021, doi: 10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0971.
- [11] J. Mikulić and D. Prebežac, “A critical review of techniques for classifying quality attributes in the Kano model,” *Manag. Serv. Qual.*, vol. 21, no. 1, pp. 46–66, 2011, doi: 10.1108/09604521111100243.
- [12] L. Cai, Y. Liu, P. L. Lai, X. Zhu, K. F. Yuen, and X. Wang, “Assessing Logistics Service Quality in Omni-Channel Retailing Through Integrated SERVQUAL and Kano Model,” *Systems*, vol. 12, no. 11, pp. 1–22, 2024, doi: 10.3390/systems12110466.
- [13] Mahira, P. Hadi, and H. Nastiti, “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN INDIHOME,” *J. Commun. Educ.*, vol. 15, no. 1, pp. 1267–1283, 2021, doi: 10.58217/joce-ip.v15i1.226.

- [14] S. Sugiarto and V. Octaviana, "Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study," *Golden Ratio Mark. Appl. Psychol. Bus.*, vol. 1, no. 2, pp. 93–106, 2021, doi: 10.52970/grmapb.v1i2.103.
- [15] M. Kualitas and P. Kepuasan, "Penerapan Metode Servqual Pada Skala Likert Untuk Mendapatkan Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan," *J. Sist. Inf. Univ. Suryadarma*, vol. 10, no. 1, 2014, doi: 10.35968/jsi.v10i1.990.
- [16] P. Fan-Yun, Y. Tsu-Ming, and T. Cheng-Yeh, "Classifying restaurant service quality attributes by using Kano Model and IPA approach," *Total Qual. Manag. Bus. Excel.*, vol. 29, no. 3–4, pp. 301–328, 2018.
- [17] F. Yanti and T. Murni, "Integrasi Servqual Dan Model Kano Ke Dalam Qfd Pada Pengukuran Kualitas Pelayanan Paket Pos Di Pt. Pos Indonesia Cabang Bengkulu," *J. Ilm. Ekon. Bisnis*, vol. 24, no. 3, pp. 262–273, 2019, doi: 10.35760/eb.2019.v24i3.2277.
- [18] B. A. Setiono and S. Hidayat, "Influence of Service Quality with the Dimensions of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles on Customer Satisfaction," *Int. J. Econ. Bus. Manag. Res.*, vol. 06, no. 09, pp. 330–341, 2022, doi: 10.51505/ijebmr.2022.6924.
- [19] M. Pakurár, H. Haddad, J. Nagy, J. Popp, and J. Oláh, "The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector," *Sustain.*, vol. 11, no. 4, pp. 1–24, 2019, doi: 10.3390/su11041113.
- [20] N. M. Stefano, N. Casarotto Filho, R. Barichello, and A. P. Sohn, "A fuzzy SERVQUAL based method for evaluated of service quality in the hotel industry," *Procedia CIRP*, vol. 30, no. 2, pp. 433–438, 2015, doi: 10.1016/j.procir.2015.02.140.
- [21] E. Supriyadi, M. Sofiana, and R. Agoestyowati, "CBIS-based information system strategy analysis in order to improve service quality at the serdang post office using SWOT ( case study of serdang post office )," *J. Inf. Syst. Informatics Comput.*, vol. 6, no. 2, p. 479, 2022, doi: 10.52362/jisicom.v6i2.961.
- [22] S. Siroj *et al.*, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Sindanglaya Cipanas," *El-Ecosy J. Ekon. dan Keuang. Islam*, vol. 1, no. 1, p. 1, 2021, doi: 10.35194/eeki.v1i1.1134.
- [23] S. Kermanshachi, T. J. Nipa, and H. Nadiri, "Service quality assessment and enhancement using Kano model," *PLoS One*, vol. 17, no. 2 February, pp. 1–17, 2022, doi: 10.1371/journal.pone.0264423.
- [24] M. Farid and I. Kirono, "Pengukuran Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Menggunakan Metode Servqual Di Pt. Pos Indonesia Kcu Surabaya," *Komitmen J. Ilm. Manaj.*, vol. 5, no. 1, pp. 34–43, 2024, doi: 10.15575/jim.v5i1.33411.
- [25] J. Sayareh, S. Iranshahi, and N. Golfakhrabadi, "Service Quality Evaluation and Ranking of Container Terminal Operators," *Asian J. Shipp. Logist.*, vol. 32, no. 4, pp. 203–212, 2016, doi: 10.1016/j.ajsl.2016.12.003.
- [26] E. P. Maulidiah, S. Survival, and B. Budiantono, "Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan," *J. Econ.*, vol. 2, no. 3, pp. 727–737, 2023, doi: 10.55681/economina.v2i3.375.
- [27] M. Nurhayati and S. N. Yanti, "Peran Teknologi Informasi Dalam Transformasi

- Bisnis Dan Ekonomi,” *J. Rev. ...*, vol. 7, pp. 10008–10012, 2024, [Online]. Available: <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/31500><http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/download/31500/21254>
- [28] E. P. Sinaga, M. Siregar, and N. A. Siregar, “Analysis of The Effect of Facility and Service Quality on Consumer Satisfaction,” *Quant. Econ. Manag. Stud.*, vol. 3, no. 5, pp. 691–697, 2022, doi: 10.35877/454ri.qems1041.