

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN BERDASARKAN KUALITAS PELAYANAN  
MENGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*  
(Studi pada Perusahaan J&T Express di Bandung)**

***ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION BASED ON SERVICE QUALITY USING  
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS METHOD  
(Study at J&T Express Company in Bandung 2017)***

<sup>1</sup>Anri Citra Annisa, <sup>2</sup>Marheni Eka Saputri, S. T. , M. B. A

<sup>1, 2</sup> Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

<sup>1</sup>[anricitaa.student.telkomuniversity.ac.id](mailto:anricitaa.student.telkomuniversity.ac.id), <sup>2</sup>[marhenieka@telkomuniversity.ac.id](mailto:marhenieka@telkomuniversity.ac.id)

---

**ABSTRAK**

Perkembangan internet di Indonesia kini semakin terasa sangat pesat, banyak dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk berlomba mencapai sebuah target perusahaan dalam mencapai keuntungan didukung pula dengan adanya dari internet atau *e-commerce* yang sangat membuka peluang bisnis yang sangat banyak. Hal tersebut berdampak pada pengiriman barang atau logistik yang kini mengambil peran penting dalam hal pengiriman barang. Salah satu perusahaan kurir atau logistik tersebut adalah perusahaan J&T Express. Perusahaan kurir ini berkembang sangat pesat bahkan perusahaan terus berusaha agar dapat memberikan layanan yang terbaik untuk masyarakatnya dalam pengiriman barang. Selain itu, perusahaan melakukan sebuah inovasi yaitu dengan penambahan infrastruktur baru dalam mengembangkan bisnisnya. Inovasi terbaru yang dimaksud berupa pembangunan Mega Hub atau sebuah kantor pusat persortiran barang dengan mesin dan computer. Adanya pembangunan mega hub ini bertujuan untuk meningkatkan pelayanan pengiriman yang lebih massif agar konsumen dapat terpenuhi kebutuhannya. Penelitian ini menggunakan variabel Kualitas Layanan dengan pengambilan jumlah sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan *NonProbability Sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Hasil penyebaran kuesioner diolah dengan analisis Gap untuk mengetahui tingkat kepuasan lalu di olah kembali dengan menggunakan metode IPA dengan perhitungan SPSS.v.20. untuk dapat membuat dan menganalisa diagram Kartesius untuk mengetahui atribut yang dapat dijadikan sebagai prioritas dalam pembenahan kinerja pada perusahaan. Hasil pada penelitian ini terdapat persepsi konsumen terhadap kinerja dengan kategori setuju dan memperoleh index nilai 74.92%. dan tingkat harapan pada perusahaan dengan kategori sangat penting dengan index nilai 86,23%. Tingkat kepuasan yang diukur memperoleh rata rata harapan 4.32 dan kinerja 3.74 dari perbandingan tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen belum merasa puas. Dan dalam diagram kartesius terdapat 17 aspek yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan konsumen atas kualitas layanan perusahaan J&T Ekspress di Bandung.

**Kata Kunci:** *Importance Performance Analysis* (IPA), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

---

**ABSTRACT**

*The development of the internet in Indonesia is now increasingly felt very rapidly, many businesses are used to compete to achieve a target company in achieving profits supported also by the existence of the internet or e-commerce that is opening up very many business opportunities. This has an impact on the delivery of goods or logistics which now takes an important role in the delivery of goods. One of the courier or logistics companies is J&T Express. This courier company is developing very rapidly even the company continues to strive to be able to provide the best service for its people in shipping goods. In addition, the company is implementing an innovation that is by adding new infrastructure in developing its business. The latest innovation in question is in the form of building a Mega Hub or a head office for sorting goods with machines and computers. The existence of this mega hub development aims to improve more massive delivery services so that consumers can meet their needs. This research is used to measure the level of customer satisfaction by comparing the level of consumer expectations and company performance based on Service Quality at J&T Express company in Bandung. This study uses Service Quality variables with a number of sample studies conducted using NonProbability Sampling with 100 respondents. The results of the distribution of the questionnaire were analyzed by Gap to determine the level of satisfaction and then re-processed using the IPA method with the calculation of SPSS.v.20. to be able to create and analyze Cartesian diagrams to find out the attributes that can be used as priorities in improving performance at the company. The results of this study obtained perceptions from respondents about the value of the agreement with the acquisition and got an index value of 74.92%. and expectations of companies with a very important category with an index value of 86.23%. The level of satisfaction obtained reached an average expectation of 4.32 and a performance of 3.74. And in the diagram provided 17 aspects that must be improved to increase customer satisfaction with the quality of the service company J&T Express in Bandung.*

**Keyword:** *Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA), Service Quality*

---

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan internet di Indonesia kini semakin terasa sangat pesat. Sudah tak asing lagi ditelinga kita bahwa penyelesaian sesuatu tidak harus langsung ditangani oleh manusia sendiri melainkan sistem-sistem digital dan serba komputer. Diawali dari era 1.0, 2.0, 3.0, dan pada hari kita masuk era 4.0 dimana hampir seluruh pekerjaan manusia bisa dikendalikan melalui media elektronik, didukung dengan kebutuhan internet dan data. (<https://www.kompasiana.com>, 2019). Banyak cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat berkembang lebih pesat lagi terutama dengan adanya dukungan dari internet atau *e-commerce* yang sangat membuka peluang bisnis bagi perusahaan untuk saat ini. Selama beberapa tahun terakhir, perusahaan *e-commerce* di Indonesia mengalami sebuah peningkatan hingga 500 persen. Selain dari itu juga ditunjukkan sebuah riset dari Google dan termasuk dalam laporan *e-Conomy* SEA 2018 menunjukkan bahwa ekonomi digital Indonesia mencapai US\$27 miliar atau sekitar Rp 391 triliun. Dari adanya peningkatan tersebut terdapat beberapa kota di Indonesia yang ikut menyokong pertumbuhan transaksi online sebesar 70 persen yang berasal dari empat bagian wilayah urban terbesar yang ada di Indonesia. Empat bagian itu ialah beberapa kota besar yaitu Bandung, Semarang, Jakarta, dan Surabaya. Dan tidak dapat diragukan lagi jika Bandung menjadi sebuah sumber utama pada *traffic* belanja pada berbagai toko online. Dengan adanya perkembangan pasar *e-commerce* tersebut para pelaku industri jasa terutama dalam bidang logistik sangatlah mengambil peran penting dalam hal pengiriman barang. Keunggulan dalam kualitas pelayanan sangatlah menjadi tujuan atau pokok utama yang selalu diperhatikan Begitu banyak macam dan jenisnya perusahaan kurir yang terkenal di masyarakat salah satunya ialah perusahaan J&T Express n perusahaan untuk selalu dapat bertahan dalam bisnis yang sangat menguntungkan ini. Perusahaan J&T Express mempunyai komitmen untuk dapat siap siaga dalam melayani masyarakat Indonesia dengan memberikan sebuah pelayanan dalam pengiriman paket yang nyaman, cepat dan terpercaya. Perusahaan ini merupakan salah satu pemain baru dalam bidang pengiriman barang yang express dan perusahaan ini juga optimis untuk dapat menjadi sebuah pilihan pertama masyarakat Indonesia dengan cukup banyak dalam mengandalkan inovasi teknologi yang diterapkan di dalam sistem pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang cukup terjangkau dengan kualitas yang premium. (<http://jet.co.id>, 2019).

Perusahaan jasa pada bidang kurir ini berkembang sangat pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari sebuah peningkatan dan pertumbuhan bisnis online yang akan nantinya berdampak signifikan pada peningkatan pengiriman paket setiap tahun, oleh hal tersebut pada tahun ini perusahaan J&T Express berhasil mencapai sebuah target pengiriman sebesar 1 juta paket/hari diluar momen *peak season*. Dari adanya sebuah peningkatan tersebut perusahaan J&T Express berhasil mendapatkan penghargaan bergengsi *Top Brand Award* pada tahun 2018. Berikut adalah tabel survey:

Tabel 1

TOP BRAND INDEX FASE 2 TAHUN 2018

MEREK	TBI	TOP
JNE	45,0 %	TOP
J&T Express	13,9%	TOP
Tiki	13,6%	TOP
Pos Indonesia	11,6%	
DHL	3,5%	

Sumber: <https://www.topbrand-award.com> (2019)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa perusahaan J&T Express pada tahun 2018 berada di posisi kedua dengan indeks 13,9% dan dengan merek yang mendapatkan predikat *Top Brand*. Dan setelah mendapatkan penghargaan tahun 2018 perusahaan J&T Express kembali berhasil meraih penghargaan *Top Brand Award* 2019 dimana pada penerimaan kali ini masih diselenggarakan oleh Lembaga yang sama dari sebelumnya, yaitu *Frontier Group* dan juga dengan majalah *Marketing* dengan memperoleh indeks lebih tinggi dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 20,3%. (<http://jet.co.id>, 2019). Merujuk pada begitu banyaknya sebuah hal yang dilakukan perusahaan untuk dapat memberikan sebuah kepuasan kepada konsumennya, banyak faktor yang dapat menjadi nilai kepuasan pada perusahaan terutama dapat diukur dengan sebuah kualitas layanan untuk dapat mempengaruhi kepuasan. Sama halnya dengan pernyataan yang dijelaskan oleh Tjiptono dan Chandra (2016:204) mengenai tingkat kepuasan konsumen dimana suatu tingkat perasaan yang dirasakan oleh seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirinya rasakan dan selanjutnya dibandingkan dengan harapan.

## 2. Kajian Pustaka Dan Metodologi Penelitian

### 2.1 Pemasaran

Menurut Rafsandjani (2017:84) Pemasaran adalah kegiatan utama dan paling pokok yang harus dapat dilakukan oleh suatu perusahaan. Baik perusahaan barang ataupun perusahaan jasa dengan suatu harapan untuk dapat bertahan dalam kelangsungan hidup usahanya, dan mendapatkan laba serta untuk melakukan perkembangan dalam siklus hidup perusahaan.

## 2.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 29) manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan tumbuh pelanggan melalui penciptaan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

## 2.3 Pemasaran Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2016:422) Pemasaran Jasa yaitu sebuah tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat non fisik) dan tidak dapat menghasilkan suatu kepemilikan apapun.

## 2.4 Kualitas Jasa

Lovelock dan Wirtz dalam Wibowo & Priansa (2017) kualitas jasa adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

## 2.5 Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Zeithmal, Parasuraman, dan Berry dalam Windasuri & Susanti (2017) komponen *servqual* terdiri dari beberapa dimensi yang menjadi penentu kualitas layanan yaitu:

1. *Tangible* /berwujud
2. *Reliability* /reliabilitas
3. *Responsiveness*/daya tanggap
4. *Competence*/kompetensi
5. *Access*/akses
6. *Courtesy*/keramahan
7. *Communication*/komunikasi
8. *Credibility* /kepercayaan
9. *Security* /keamanan
10. *Understanding the customer* /pemahaman terhadap pelanggan

Kemudian dimensi-dimensi tersebut difokuskan oleh Parasuraman dkk., dalam Windasuri & Susanti (2017) yang terdiri dari lima dimensi dalam penentu kualitas jasa. Adapun lima dimensi kualitas layanan tersebut dan penjelasannya adalah sebagai berikut:

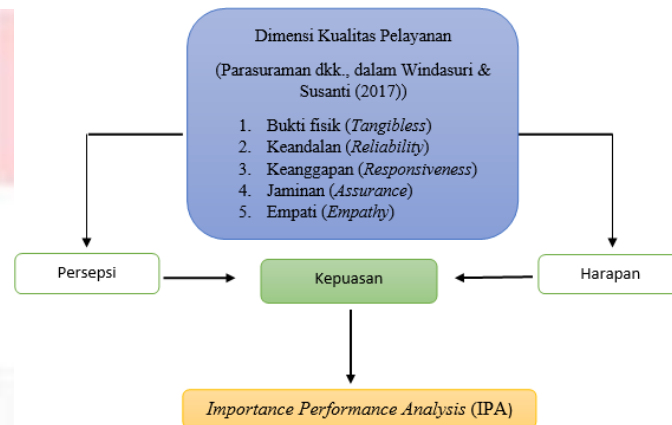
1. *Tangible* (berwujud)  
Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik yaitu gedung, gudang, perlengkapan dan peralatan yang digunakan atau teknologi, serta penampilan karyawan.
2. *Reliability* (keandalan)  
Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yakni tepat waktu, memberikan pelayanan yang sama kepada semua pelanggan, bersikap simpatik, dan menyampaikan pelayanan secara akurat
3. *Responsiveness* (daya tanggap)  
Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Selain itu, kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian)  
Kemampuan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya (*trust*) dan keyakinan pelanggan (*confidence*) dengan pengetahuan dan sopan santun. Komponen komponen jaminan yakni komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. *Empathy* (*empati*)  
Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat personal yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

## 2.6 Kepuasan konsumen

Menurut penjelasan Kotler dan Keller (2016:153) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan suatu produk atau jasa (atau hasil) dengan harapannya.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

## 2.8 Metode Penelitian



Gambar 1  
Kerangka Pemikiran

Menurut Sujarweni (2015:49) Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel lain. Sedangkan menurut Sugiyono (2017:7) metode kuantitatif merupakan salah satu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah Kuesioner dan Studi Kepustakaan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang menggunakan skala Likert. Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data pendukung berupa pencarian literatur seperti jurnal, buku, majalah, koran, penelitian terdahulu, artikel, hasil survey dan dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan topik penelitian.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Uji Validitas

Dari pengolahan data uji validitas dengan menggunakan R Tabel sebesar 0,195 dari tingkat signifikansi data sebesar 5% dan jumlah  $n = 100$  maka diperoleh hasil bahwa seluruh pernyataan *kualitas pelayanan* penelitian ini dinyatakan valid, karena pada masing-masing total *pearson correlation* di tiap-tiap pernyataan menunjukkan angka lebih dari 0.195 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

### 3.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas, diketahui bahwa koefisien *Cronbach Alpha* untuk konstruk pernyataan kualitas pelayanan tingkat kinerja adalah sebesar 0,961 dan tingkat harapan sebesar 0.986, karena hasil *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka dapat disimpulkan bahwa konstruk pernyataan kualitas layanan dalam penelitian ini adalah *reliable* dengan tingkat hubungan korelasi kuat. Reliabilitas data dapat dipercaya, yang artinya bahwa pernyataan pada kuesioner *Personal Selling* tersebut jawaban responden konsisten atau stabil dari setiap waktu ke waktu.

### 3.3 Analisis Deskriptif

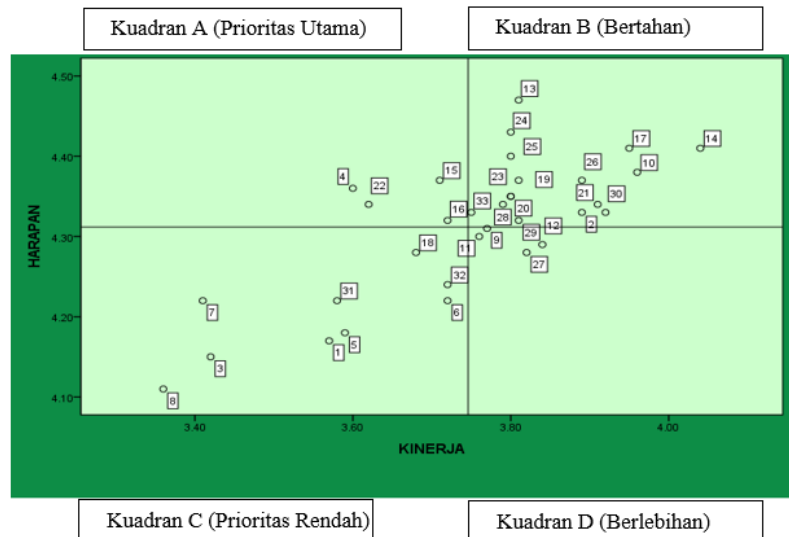
Dari hasil pengolahan data mengenai nilai harapan *kualitas pelayanan* diperoleh persentase sebesar 86,23%, angka tersebut berada dalam kategori sangat penting. Dari hasil pengolahan data mengenai nilai kinerja *kualitas pelayanan* diperoleh persentase sebesar 74.92%, hasil perhitungan kinerja konsumen pada perusahaan J&T Express berada dalam kategori setuju.

### 3.4 Analisis Kesenjangan (Gap)

Untuk menentukan nilai kesenjangan, dapat dilihat dari selisih antara nilai kualitas aktual (*performance*) dan kualitas ideal (*importance*). Rata-rata *gap* pada penelitian ini adalah  $-0.56$  yang berarti bahwa semua pernyataan mempunyai kesenjangan (*gap*). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pada *servicescape* PSY saat ini masih berada dibawah harapan pengujung.

### 3.5 Importance Performance Analysis (IPA)

Penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dikenal sebagai metode untuk mengukur tingkat harapan dan kinerja, perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen, serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga menjadi dasar kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2015:240).



Gambar 2  
Diagram Kartesius

Dari diagram pada gambar 4.8 diatas, dapat terlihat letak item-item pernyataan yang telah terbagi didalam diagram kartesius untuk dapat dibenahi maupun dipertahankan. Berikut adalah bagian-bagian item yang terbagi dalam diagram:

1. **Kuadran A (Prioritas Utama)**  
 Kuadran ini menunjukkan bahwa apabila terdapat atribut didalamnya berarti item tersebut perlu untuk mendapat prioritas untuk segera ditangani serta dibenahi terlebih dahulu. Item yang ada didalam kuadran ini dinilai sangat penting bagi konsumen tetapi belum memuaskan. Berikut adalah item-item yang terdapat dalam kuadran A:
  - J&T Express memiliki ruangan yang bersih (item 4)
  - J&T Express mempunyai karyawan yang handal dalam mengatasi kesulitan/permasalahan konsumennya (item 15)
  - J&T Express menawarkan bantuan kepada konsumennya (item 16)
  - Karyawan J&T Express selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan (item 22)
  
2. **Kuadran B (Bertahan)**  
 Item yang ada pada kuadran B ini harus bisa dipertahankan karena telah berhasil untuk dapat dipertahankan. Berikut adalah item yang ada pada kuadran B:
  - J&T Express memiliki lokasi outlet yang strategis dan mudah dijangkau. (item 2)
  - J&T Express memiliki alat timbangan barang yang layak dan sudah cukup baik (item 10)
  - J&T Express memberikan pelayanan dalam pengiriman barang yang cepat dan tepat waktu sesuai dengan jadwal yang disepakati. (Item 13)
  - J&T Express melayani semua pelanggan dengan baik tanpa memandang status social (item 14)
  - J&T Express memberikan tagihan atau biaya yang akurat. (item 17)
  - Karyawan J&T Express memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. (item 19)
  - Karyawan J&T Express selalu bersedia melayani keperluan pelanggan (item 20)
  - Para karyawan J&T Express selalu memberikan informasi produk dengan jelas (item 21)
  - J&T Express mempunyai reputasi yang baik (item 23)
  - karyawan J&T Express dapat dipercaya (item 24)
  - Pengiriman barang/dokumen melalui J&T Express sangat aman (item 25)
  - Karyawan J&T Express menyimpan data pribadi pelanggan dengan baik (item 26)
  - Karyawan J&T Express mampu memberikan pelayanan dengan baik kepada pelanggan (item 28)
  - Karyawan J&T Express memiliki sikap sopan dan santun dalam melayani pelanggan (item 29)
  - Karyawan J&T Express mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan (item 30)
  - Karyawan J&T Express menangani keluhan pelanggan dengan baik (item 33)

### 3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Item yang ada pada kuadran ini dinilai kurang penting pengaruhnya oleh konsumen. pelaksanaan yang dilakukan perusahaan terkesan biasa saja bahkan dapat dianggap menjadi kurang penting. Berikut adalah item yang ada didalam kuadran C:

- J&T Express memiliki gedung/outlet yang cukup luas (Item 1)
- J&T Express memiliki ruang tunggu yang nyaman dan bebas asap rokok (item 3)
- J&T Ekspress memiliki kursi dan meja yang sudah baik (item 5)
- J&T Express memiliki pencahayaan ruangan yang baik (item 6)
- J&T Express memiliki area parkir sudah memadai (item 7)
- J&T Express memiliki toilet yang berfungsi dengan baik (item 8)
- J&T Express mempunyai karyawan yang selalu memberikan tanggapan dan perhatian yang baik dan cepat terhadap keluhan konsumen. (item 18)
- Karyawan J&T Express peka terhadap keluhan pelanggan (item 31)
- Karyawan J&T Express memahami kebutuhan pelanggan dengan baik (item 32)

### 4. Kuadran D (Berlebihan)

Item yang ada pada kuadran ini menunjukkan faktor yang tidak mempengaruhi konsumen dan item dicatat sebagai hal yang kurang penting namun kinerjanya berlebihan. Berikut beberapa item yang terdapat pada kuadran D:

- J&T Express memiliki perangkat komputer frontliner yang sudah memadai (item 9)
- J&T Express memiliki karyawan yang selalu berpenampilan/berseragam dengan rapi dan menarik (item 11)
- J&T Express memberikan layanan yang sesuai dengan apa yang tertera pada informasi/tarif produk (item 12)
- Karyawan J&T Express memiliki pengetahuan tentang produk dengan baik (item 27)

## 4. Kesimpulan dan Saran

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan mengenai analisis kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* pada sebuah perusahaan jasa kurir J&T Express Bandung, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang mampu menjawab dari rumusan permasalahan yang ada dalam penelitian ini, kesimpulan tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Dari sebuah rumusan masalah yang pertama dapat disimpulkan bahwa pada persepsi konsumen atas kualitas layanan pada perusahaan J&T Express yang diukur dengan sebuah analisis deskriptif kinerja keseluruhan mendapatkan hasil dengan kategorisetuju dengan index nilai sebesar 74.92%.
2. Berdasarkan harapan konsumen yang lebih besar atas kualitas pelayanan pada perusahaan J&T Express diukur dengan analisis deskriptif harapan secara keseluruhan berada pada kategori sangat penting dengan index nilai sebesar 86.23%.
3. Tingkat kepuasan konsumen yang diukur melalui sebuah harapan dan kinerja yang ditunjukkan untuk perusahaan J&T Express Bandung, dengan memperoleh hasil nilai rata-rata pada harapan sebesar 4.31 sementara kinerja atau sebuah persepsi dari konsumen terhadap kualitas pelayanan pada perusahaan J&T Express memberikan nilai dengan perolehan hasil rata-rata sebesar 3.74. dari kedua hasil tersebut dapat dilihat dan dibandingkan bahwasanya konsumen belum dapat merasakan puas karena nilai rata-rata harapan dari konsumen lebih besar dari pada nilai kinerja perusahaan.
4. Dengan adanya ketidakpuasan konsumen berdasarkan jumlah nilai harapan yang lebih besar dibandingkan kinerja dan berdasarkan penelitian yang menggunakan metode *Importance Performance Analysis*, menghasilkan beberapa atribut yang berada dalam diagram kartesius yang dibagi menjadi beberapa kuadran dimana hasil tersebut diharapkan untuk dapat segera diperbaiki dengan tujuan meningkatkan kepuasan konsumen berdasarkan kualitas pelayanan pada perusahaan J&T Express di Bandung. Adapun item atau atribut tersebut adalah:
  - a. Kuadran A (Prioritas Utama)
    - J&T Express memiliki ruangan yang bersih
    - J&T Express mempunyai karyawan yang handal dalam mengatasi kesulitan/permasalahan konsumennya
    - J&T Express menawarkan bantuan kepada konsumennya
    - Karyawan J&T Express selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan
  - b. Kuadran C (Prioritas Rendah)
    - J&T Express memiliki gedung/outlet yang cukup luas
    - J&T Express memiliki ruang tunggu yang nyaman dan bebas asap rokok
    - J&T Ekspress memiliki kursi dan meja yang sudah baik
    - J&T Express memiliki pencahayaan ruangan yang baik
    - J&T Express memiliki area parkir sudah memadai
    - J&T Express memiliki toilet yang berfungsi dengan baik

