

KUALITAS LAYANAN PENGIRIMAN BARANG
PT. WAHANA PRESTASI LOGISTIK
PROYEK AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan
Diploma IV



Disusun Oleh:

DANISWARA YUDISTIRA

201721852

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN
JURUSAN PERJALANAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA NHI BANDUNG
BANDUNG
2021

LEMBAR PENGESAHAN

PROYEK AKHIR

**KUALITAS LAYANAN PENGIRIMAN BARANG PT. WAHANA
PRESTASI LOGISTIK**

NAMA : DANISWARA YUDISTIRA
NIM : 201721852
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN

Pembimbing I



Drs. Jacob Ganef Pah, MS.

NIP: 19631101 199903 1 001

Pembimbing II



Ita Maemunah, MM.Par., CHE

NIP: 19761226 201101 2 003

Bandung, 22 Maret 2021

Mengetahui,

Kepala Bagian Administrasi
Akademik & Kemahasiswaan

Menyetujui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

ANDAR DANOVA L. GOELTOM, S.Sos., M.Sc

NIP. 19710506 199803 1 001

FAISAL, MM.Par.,CHE

NIP: 19730706 199503

MOTTO

“Pendidikan mempunyai akar yang pahit,
tapi buahnya manis.”

Aristoteles

Persembahan

“Saya persembahkan karya tulis yang tidak sempurna ini untuk diri saya, dan ibu saya. Sebuah capaian yang luar biasa, sudah bisa mencapai titik ini.”

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : DANISWARA YUDISTIRA
Tempat/Tanggal Lahir : JAKARTA, 4 JULI 1999
NIM : 201721852
Program Studi : MANAJEMEN BISNIS PERJALANAN
Jurusan : PERJALANAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi yang berjudul:
KUALITAS LAYANAN PENGIRIMAN BARANG PT. WAHANA PRESTASI LOGISTIK
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di STP Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir/Skripsi ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 1 Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



DANISWARA YUDISTIRA
NIM 201721852

ABSTRAK

Pengiriman barang semakin berkembang pesat, akibat tingginya minat masyarakat terhadap kegiatan berbelanja online. Dengan kondisi pandemi saat ini, minat tersebut tentu semakin meningkat. Wahana hadir sebagai penyedia layanan pengiriman barang ke seluruh Indonesia dengan mengedepankan motto Hemat, Cepat, Bersahabat. Apakah Wahana dengan harga yang lebih murah daripada para pesaingnya mampu memberikan pelayanan terbaik kepada para pelanggannya? Dalam hal melayani, Wahana perlu memiliki Sumber Daya Manusia yang terampil, ramah, dan pastinya cerdas. Hal inilah yang perlu dimiliki oleh perusahaan jasa pengiriman barang seperti Wahana. Ditemukan adanya keluhan dari para pelanggan terkait kualitas pelayanan dari Wahana. Pada penelitian ini, terdapat lima dimensi penilaian untuk kualitas pelayanan Wahana yaitu *Tangibility*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*. Pada penelitian ini terdapat 63 responden yang juga adalah para pengguna Jasa pengiriman barang Wahana. Penelitian ini menggunakan jenis analisis kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian berupa *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Journey Maps* yang menilai dan juga mengukur sejauh mana ekspektasi dan persepsi dari pelanggan. Selanjutnya, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *Tangibility*, *Emphaty*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance* sudah sangat baik. Namun, ada indikator pada dimensi *Reliability* yang masih perlu ditingkatkan lagi oleh perusahaan Wahana, sehingga Wahana perlu meningkatkan lagi kualitas Sumber Daya Manusia nya. Bisa dengan mengadakan *training* atau *briefing* sebelum memulai kerja. Agar kedepan nya Wahana bisa lebih baik lagi dalam melayani pelanggannya dan memenuhi persepsi pelanggan.

Kata Kunci: **Kualitas Pelayanan, Pengiriman Barang, *Importance Performance Analysis*, *Customer Journey Maps*.**

ABSTRACT

Delivery of goods is growing rapidly, due to the high public interest in online shopping activities. With the current pandemic conditions, this interest is certainly increasing. Wahana is here as a provider of goods delivery services throughout Indonesia by prioritizing the motto of Efficient, Fast, Friendly. Is Wahana with a lower price than its competitors able to provide the best service to its customers? In terms of serving, Wahana needs to have skilled, friendly, and definitely intelligent Human Resources. This is what a freight forwarder like Wahana needs to have. It was found that there were complaints from customers regarding the quality of service from Wahana. In this study, there are five dimensions of assessment for Wahana's service quality, namely Tangibility, Empathy, Reliability, Responsiveness, and Assurance. In this study, there were 63 respondents who were also users of Wahana's freight forwarding services. This research uses descriptive quantitative analysis. This study uses research methods in the form of Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Journey Maps which assess and also measure the extent of expectations and perceptions of customers. Furthermore, this study shows the results that Tangibility, Empathy, Reliability, Responsiveness, and Assurance are very good. However, there are indicators on the Reliability dimension that still need to be improved by Wahana's company, so Wahana needs to improve the quality of its Human Resources. It could be by holding training or briefing before starting work. So that in the future Wahana can be even better in serving its customers and meeting customer perceptions.

Keywords: *Service Quality, Goods Delivery, Importance Performance Analysis, Customer Journey Maps.*

KATA PENGANTAR

Rasa syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rencana dan kehendak nyalah, peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul **“Kualitas Layanan Pengiriman Barang PT. Wahana Prestasi Logisitk”** yang memiliki tujuan penyusunan sebagai pemenuhan syarat penuntasan kegiatan belajar pada Diploma IV, Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan, dan Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penyusunan Proyek Akhir ini. Ucapan terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Faisal MM.Par.,CHE selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata NHI Bandung.
2. Bapak Andar Danova L. Goeltom, S.Sos., M.Sc selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik & Kemahasiswaan.
3. Ibu Endang Komesty S, SS., MM.Par, CHE. Sebagai Ketua Jurusan Perjalanan
4. Ibu Ina Veronika Ginting, S.Sos.,M.I.Kom. Sebagai Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Perjalanan.
5. Bapak Drs. Jacob Ganef Pah, MS. Selaku Dosen Pembimbing Pertama
6. Ibu Ita Maemunah, MM.Par.,CHE. Selaku Dosen Pembimbing Kedua
7. Ibu, dan keluarga besar saya.
8. Seluruh rekan, kerabat, sahabat saya selama berada di lingkungan Pendidikan STP NHI Bandung.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan tempat penelitian. Peneliti juga berharap bahwa hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan yang baik bagi perusahaan untuk senantiasa meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Agar terpenuhi nya persepsi pelanggan.

Bandung, 4 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN MAHASISWA	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	10
C. TUJUAN PENELITIAN	11
D. PEMBATASAN MASALAH	12
E. MANFAAT PENELITIAN	13
BAB II	14
LANDASAN TEORI	14
A. KAJIAN TEORI	14
1. Transportasi	14
2. Logistik	15
3. Pengertian Jasa	16
4. Kualitas Pelayanan	16
5. Ekspektasi	19
6. Persepsi Pelanggan	19
B. KERANGKA PEMIKIRAN	20
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
A. Pendekatan Penelitian	21

B. Obyek Penelitian	21
C. Populasi dan <i>Sampling</i>	22
D. Metode Pengumpulan Data	22
E. Definisi Operasional Variabel	25
F. Analisis Data	27
G. PENGUJIAN VALIDITAS DAN REABILITAS	32
BAB IV	38
HASIL & PEMBAHASAN	38
A. HASIL PENELITIAN	38
1. Profil Responden.....	38
2. Data Ekspektasi Responden.....	40
3. Data Persepsi Responden.....	45
B. PEMBAHASAN.....	52
4. Rata-Rata Nilai Ekspektasi dan Persepsi	52
5. Penilaian Kualitas Pelayanan	55
6. <i>Importance Perfomance Analysis</i>	58
7. <i>Customer Journey Mapping</i>	62
BAB V.....	64
KESIMPULAN & SARAN	64
A. KESIMPULAN.....	64
B. SARAN.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Minat Berbelanja Online Produk	2
2. Daftar Perusahaan Ekspedisi partner Tokopedia	4
3. Daftar Perusahaan Ekspedisi partner Shopee	4
4. Skala Pengukuran	23
5. Definisi Operasional Variabel	25
6. Definisi Operasional Variabel (Lanjutan).....	26
7. Definisi Operasional Variabel (Lanjutan 2).....	27
8. Skala Rentang	28
9. Hasil Uji Validitas (Ekspektasi).....	33
10. Hasil Uji Validitas (Persepsi).....	34
11. Hasil Uji Reliabilitas.....	36
12. Jadwal Penelitian.....	37
13. Jenis Kelamin	38
14. Usia	39
15. Pekerjaan	39
16. Ekspektasi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Tangibles</i>	41
17. Ekspektasi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Empathy</i>	41
18. Ekspektasi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	42
19. Ekspektasi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	43
20. Ekspektasi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	44
21. Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Tangibles</i>	45
22. Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Empathy</i>	47
23. Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Reliability</i>	48
24. Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	49

25. Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi <i>Assurance</i>	49
26. Rata-Rata Nilai Dimensi <i>Tangibles</i>	50
27. Rata-Rata Nilai Dimensi <i>Empathy</i>	52
28. Rata-Rata Nilai Dimensi <i>Reliability</i>	53
29. Rata-Rata Nilai Dimensi <i>Responsiveness</i>	54
30. Rata-Rata Nilai Dimensi <i>Assurance</i>	55
31. Penilaian <i>Service Quality</i> pada Wahana Logistik	55

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Hal
1. Keluhan Konsumen (1)	7
2. Keluhan Konsumen (2)	8
3. Keluhan Konsumen (3)	9
4. Kerangka Pemikiran	20
5. Diagram Kartesius	29
6. Hasil Diagram Kartesius	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Rekapitulasi Hasil Kuesioner (Ekspektasi)
2. Rekapitulasi Hasil Kuesioner (Persepsi)
3. Surat Pernyataan Penelitian
4. Bukti Bimbingan
5. SOP Perusahaan
6. Kuesioner
7. Biodata
8. Turnitin

DAFTAR PUSTAKA

- Astianti, P. (2018). *Kualitas Layanan Pada Wahana Prestasi Logistik Yogyakarta*. 20.
- Atanasarah. (2016). *medium.com*. Retrieved from <https://medium.com/@UX101/mengenal-costumer-journey-map-afcf1ed41a9a>
- Bhote. (1995). *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty : The Key to Greater Profit*. New York: AMACOM.
- Bowersox. (1981). Retrieved from <https://pendidikan.co.id/pengertian-transportasi-unsur-fungsi-manfaat-jenis-dan-contoh/>
- Bramulya, L. &. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Burg. (2000, December 21). *Lysons*. Retrieved from Pendidikan.c.id: <https://pendidikan.co.id/pengertian-logistik/>
- Chambers, A. &. (1985).
- Covid19.go.id. (2021, 3 9). *covid19.go.id*. Retrieved from covid19.go.id: <https://covid19.go.id/>
- D, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- David, G. &. (2011).
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*.
- Indonesia, C. (2020, 12 16). *CNN Indonesia*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201215150353-78-582406/transaksi-e-commerce-capai-rp18074-t-per-september-2020>
- Jalaludin. (2007). *Persepsi Dalam Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler. (2014). *Buku Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mulyadi. (2001). In Mulyadi.
- Nazir. (2013). *Metode Penelitian*.
- Parasuraman. (2001). The Behaviorial Consequenses of Service Quality. *Journal of Marketing Vol. 60*.
- Purba, H. (2005). Hukum Pengangkutan di Laut. In H. Purba, *Hukum Pengangkutan di Laut*. Medan: Pustaka Bangsa Press.
- Robbins. (2003).

- Silalahi, U. (2012). *Metode penelitian sosial kuantitatif*.
- Snyder. (2004). Carr. In *Positive Psychology: The Science of Happiness and Human*. New York: Brunner-Routledge.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD*. Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RnD*. Bandung.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Abadi.
- Sutarman. (2009). *Dasar-Dasar Manajemen Logistik*. Jakarta: Refika Aditama.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono. (2011). *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- wahana.com. (2021). *wahana.com*. Retrieved from wahana.com/tentang-kami
- Walters, D. (2003). *Logistics, an introduction to supply chain management*. Milan: Palgrave Mc Milan.
- www.setkab.go.id. (2020). Retrieved from Sekretaris Kabinet: <https://setkab.go.id/hasil-sensus-penduduk-2020-bps-meski-lambat-ada-pergeseran-penduduk-antarpulau/#:~:text=Kepala%20BPS%20Suhariyanto%20menyampaikan%20C%20berdasarkan,56%20juta%20jiwa%20dibandingkan%20SP2010>.