

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN PADA PERUSAHAAN  
FREIGHT FORWARDER DENGAN METODE  
KANO: STUDI PADA PT. STF**

Adenitasya Maya Rizki

19/452596/PEK/25548

---

**INTISARI**

Integrasi dari *Gap Analysis* dan Metode Kano dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi alasan 64% dari surat penawaran yang diberikan kepada pelanggan PT. STF dalam kurun waktu 9 bulan dapat mengalami pembatalan. Penulis menganalisis kesenjangan (*gap*) antara kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dipersepsikan atau tingkat kepuasan atas apa yang dirasakan oleh para pengguna layanan *freight forwarder* di perusahaan ini. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pelanggan dari 31 perusahaan sebagai respondennya, yang kemudian ditemukan kesenjangan antara harapan dan persepsi para pelanggan atas layanan yang diberikan. Kesenjangan tertinggi digolongkan ke dalam atribut harga, jalur informasi dan dokumen, dan kemudahan dalam menghubungi karyawan. Hasil akhir yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah PT.STF dapat melakukan perbaikan pada atribut-atribut layanan yang telah diukur tingkat kepentingannya serta meningkatkan target regional yaitu >50% dari surat penawaran diterima dan pengiriman barang para pelanggan dapat dilaksanakan dengan menggunakan layanan di PT. STF.

Kata Kunci : pelanggan, kualitas layanan, *gap analysis*, metode kano, *freight forwarder*, ekspektasi, persepsi

**ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AT FREIGHT  
FORWARDER COMPANY WITH KANO  
METHOD: STUDY AT PT. STF**

Adenitasya Maya Rizki

19/452596/PEK/25548

---

**ABSTRACT**

*Integration of Gap Analysis and Kano Method in this study aim to identify the reasons for 64% of quotation (offer letter) given to customers of PT. STF within 9 months canceled by customers. The author analyzes the gap between the quality of service expected by customers with those perceived by customer or the level of satisfaction that felt by users of freight forwarder services in this company. This study uses a questionnaire with customers from 31 companies as respondents, which then found a gap between expectations and perceptions of customers on the services provided. The highest gap is classified into price attributes, information and document lines, and ease of contacting employees. The final result that authors expect from this research is that PT.STF can make improvements to service attributes whose the importance has been measured and increase regional targets, namely >50% of quotation (offer letters) received and the goods of customers can be carried out using the services at PT. STF.*

*Keywords: customer, service quality, gap analysis, kano method, freight forwarder, expectation, perception*