

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN EKSPOR DENGAN METODE IPA DAN IPGCV PADA PERUSAHAAN PELAYARAN

Shafiyah Herdanti Azzahra¹⁾, Yesica Novrita Devi²⁾, dan Devina Puspita Sari³⁾

¹Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

²Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

³Teknik Bangunan Kapal, Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

E-mail: shafiyahazzahra@student.ppns.ac.id

Abstract

A multinational shipping company with a branch in Surabaya wanted to improve its export service system to increase its share of the large Indonesia export market but instead the company experienced a decrease in the number of export containers due to several customer complaints. This study aims to determine which export service attributes should be prioritized for improvement. The research method used IPA and IPGCV with five SERVQUAL dimensions through a quantitative approach. SERVQUAL method results show that the Responsiveness dimension has the largest gap 0.9 indicating that export services do not meet customer expectations. The average calculation of the conformity level is 81.61%. Important Performance Analysis (IPA) method revealed five attributes included in Quadrant I, furthermore Index Potential Gain Customer Value (IPGCV) method revealed the priority order for improvements: first, customer service responsiveness to customers, second, satisfaction with inland rates, third, sales understanding of customer business needs, fourth, appropriate scheduling, and fifth, customer service treatment of customers. Recommendations for improvement include standard operating procedures (SOPs) for providing service to customer service staff, additional inland transportation facilities, sales representatives with product knowledge, and increasing human resources during loading and unloading.

Keywords: Export Services, Quality, SERVQUAL, IPA, IPGCV

Abstrak

Perusahaan pelayaran multinasional cabang Surabaya ingin memperbaiki sistem pelayanan ekspor agar dapat meningkatkan pangsa pasar ekspor Indonesia yang besar tetapi perusahaan malah mengalami penurunan jumlah kontainer ekspor dikarenakan beberapa keluhan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan atribut pelayanan ekspor yang menjadi prioritas untuk diberi perbaikan. Metode penelitian menggunakan IPA dan IPGCV dengan lima dimensi SERVQUAL melalui pendekatan kuantitatif. Hasil metode SERVQUAL menunjukkan dimensi Responsiveness memiliki gap yang paling besar yaitu 0,9 yang menunjukkan pelayanan ekspor belum memenuhi ekspektasi pelanggan. Rata-rata hasil perhitungan tingkat kesesuaian sebesar 81,61%. Hasil metode *Important Performance Analysis* (IPA) diketahui terdapat lima atribut yang termasuk dalam Kuadran I dilanjutkan dengan metode *Index Potential Gain Customer Value* (IPGCV) didapatkan urutan prioritas perbaikan atribut pertama respons *customer service* kepada pelanggan, kedua kepuasan terhadap *inland rates*, ketiga *sales* mengerti kebutuhan bisnis pelanggan, keempat penjadwalan yang sesuai, dan kelima perlakuan *customer service* kepada pelanggan. Rekomendasi perbaikan berupa standar (SOP) dalam memberikan pelayanan untuk staf *customer service*, penambahan sarana transportasi *inland*, *sales* yang mengerti *product knowledge*, dan memperbanyak SDM saat *loading* maupun *unloading*.

Kata kunci: Pelayanan Ekspor, Kualitas, SERVQUAL, IPA, IPGCV

1. Pendahuluan

Industri pelayaran menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat, baik dari sisi operasional maupun kepuasan pelanggan. Perusahaan pelayaran dituntut untuk

menyediakan layanan berkualitas tinggi guna menjaga kepuasan pelanggan dan daya saing di pasar global. Kepuasan pelanggan sendiri menjadi indikator utama keberhasilan perusahaan dalam memenuhi harapan pasar serta mempertahankan loyalitas pelanggan (Syaban dan Mokodompit, 2024).

Sejalan dengan pentingnya kepuasan pelanggan dalam industri pelayaran, salah satu perusahaan pelayaran multinasional cabang Surabaya menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan kualitas pelayanan eksportnya dikarenakan penurunan jumlah kontainer ekspor dari bulan Januari sampai Desember 2020 adalah sebanyak 40.663 TEU sedangkan pada 2021 sebesar 37.004 TEU. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah kondisi kontainer yang tidak sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan jadwal kedatangan tidak tepat waktu (*delay*).

Dibandingkan dengan data ekspor Indonesia berdasarkan negara tujuan pada tahun 2020 sampai 2021 ekspor Indonesia mengalami kenaikan sebesar 41,92% dari \$163,191.08 juta ke \$231,609.5 juta. Kenaikan ekspor Indonesia dan penurunan permintaan kontainer yang terjadi pada perusahaan adalah contoh persaingan ketat di pasar pelayaran. Penurunan kontainer menjadi tantangan internal perusahaan pelayaran dalam menjaga kualitas pelayanan dan menjadi indikator tambahan bahwa masih terdapat kesenjangan antara harapan pelanggan dan kualitas layanan yang diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa ada kemungkinan peningkatan permintaan kontainer ekspor yang tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas layanan, yang membantu meningkatkan jumlah permintaan kontainer.

Dari permasalahan di atas, dibutuhkan analisis untuk mengetahui kualitas layanan ekspor yang menjadi prioritas utama perusahaan untuk diperbaiki. Metode yang digunakan dalam analisis kualitas layanan ekspor ini adalah *Important Performance Analysis* (IPA) dan *Index Potential Gain Customer Value* (IPGCV) menggunakan 5 dimensi SERVQUAL. Metode *Important Performance Analysis* (IPA) dipilih karena metode ini dapat membandingkan tingkat kepuasan atau kinerja pelayanan ekspor dan kepentingan (ekspektasi) pelanggan dan diinterpretasikan menggunakan matriks empat kuadran yang mudah dipahami, sedangkan metode *Index Potential Gain Customer Value* (IPGCV) dapat menghasilkan indeks yang menunjukkan atribut pelayanan ekspor mana yang harus diperbaiki terlebih dahulu untuk hasil yang maksimal. Tujuan dalam penelitian ini untuk

mengetahui atribut-atribut pelayanan ekspor yang merupakan prioritas utama dalam analisis kuadran IPA, atribut yang menjadi prioritas perbaikan menggunakan IPGCV, dan perusahaan juga dapat mengetahui rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan.

2. Tinjauan Pustaka

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Indrasari, (2019:61) kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari atribut produk atau jasa yang mendukung kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Sesuai dengan Undang - Undang Kepabeanan Nomor 17 Tahun 2006, ekspor diartikan sebagai proses mengeluarkan barang produksi dari dalam negeri ke luar negeri untuk mendapatkan devisa.

Instrumen SERVQUAL untuk mengevaluasi kualitas layanan di sektor pelayaran perlu disesuaikan dari sudut pandang konsumen menjadi model bisnis-ke-bisnis yang mendominasi industri pelayaran.

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelayanan dapat dilihat berdasarkan penilaian yang akan dilakukan dengan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *Tangibles* (Tampilan Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (Jaminan dan Kepastian), dan *Emphaty* (Empati).

Importance Performance Analysis (IPA) dikenalkan oleh Martilla dan James adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas untuk meningkatkan kualitas produk atau jasa , metode ini banyak dikenal dengan analisa kuadran.

Penelitian dahulu pertama dilakukan industri logistik (Drop Point J&T Sungai Pinang). Dalam penelitian tersebut metode yang digunakan adalah IPA dan PGCV. Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa terdapat 6 atribut layanan (pada kuadran pertama diagram IPA) (Rahayu, Andriana, et al, 2022).

Penelitian dahulu kedua dilakukan dengan subjek penelitian Bank. Dalam penelitian tersebut metode IPA, dan PGCV. Hasil penelitian ini memberikan informasi bahwa terdapat 6 atribut layanan (pada kuadran pertama diagram IPA). Semakin besar nilai indeks PGCV maka akan menjadi prioritas perbaikan. Adapun urutan perbaikannya yaitu:

1) Jumlah *teller* dan *costumer service* sudah cukup memadai, 2) Terdapat sekat pembatas yang memadai saat melayani nasabah, 3) Keadilan dalam pelayanan nasabah, 4) Pelayanan customer service yang dapat menyelesaikan masalah dengan cukup cepat, 5) Terdapat Informasi antrian baik untuk counter CS dan Teller, 6) Bank memiliki jumlah tempat duduk yang cukup memadai (Howin dan Prasetya, 2020).

3. Metode Penelitian

Penelitian merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA) dan *Index Potential Gain Customer Value* (IPGCV) dengan 5 dimensi SERVQUAL. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang telah disertai pilihan jawaban dengan skala likert 1 sampai 5. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh Menurut Sugiyono (2017:85) teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel di mana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 50 perusahaan. Hasil dari kuesioner di lakukan pengujian instrumen dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan program SPSS 25.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Pada penelitian setiap atribut kuesioner dikatakan valid jika nilai kriteria penilaian pada uji validitas menggunakan taraf signifikan (α)=0,05 atau 5%, dengan sampel jenuh *Product Moment* sebanyak 50 perusahaan, dapat diketahui bahwa r tabel sebesar 0,279. Pada hasil uji validitas instrumen akan dinyatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat dilihat dari tabel 4.1 rekapitulasi hasil validitas kepuasan dan kepentingan menunjukkan bahwa atribut 1 sampai 30 dalam kepuasan dan kepentingan dinyatakan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yang telah ditetapkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa instrumen kuesioner secara konsisten dan tepat dapat mengukur variabel-variabel yang berkaitan dengan kepentingan pelanggan.

Tabel 4. 1
Rekapitulasi Hasil Validitas Kepuasan dan Kepentingan

Nomor Atribut	R Hitung Kepuasan	Nomor Atribut	R Hitung Kepuasan	Nomor Atribut	R Hitung Kepentingan	Nomor Atribut	R Hitung Kepentingan
A1	0,707	A16	0,809	A1	0,612	A16	0,619
A2	0,673	A17	0,682	A2	0,655	A17	0,637
A3	0,764	A18	0,798	A3	0,763	A18	0,737
A4	0,805	A19	0,412	A4	0,673	A19	0,755
A5	0,793	A20	0,433	A5	0,659	A20	0,815
A6	0,717	A21	0,762	A6	0,641	A21	0,697
A7	0,817	A22	0,682	A7	0,812	A22	0,596
A8	0,733	A23	0,798	A8	0,832	A23	0,73
A9	0,768	A24	0,787	A9	0,748	A24	0,716
A10	0,788	A25	0,724	A10	0,712	A25	0,512
A11	0,755	A26	0,671	A11	0,685	A26	0,768
A12	0,787	A27	0,743	A12	0,795	A27	0,75
A13	0,847	A28	0,822	A13	0,627	A28	0,699
A14	0,702	A29	0,658	A14	0,622	A29	0,786
A15	0,777	A30	0,757	A15	0,627	A30	1

Sumber: Pengolahan Data Validitas Kepuasan dan Kepentingan, 2025

Uji Reliabilitas

Dari 30 pertanyaan dinyatakan reliabel dengan *cronbach's alpha* untuk kepuasan sebesar 0,969 dan untuk kepentingan sebesar 0,964. Hal ini menunjukkan bahwa nilai faktor menyatakan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$, maka dapat dinyatakan bahwa penelitian ini cukup baik dalam mengukur hal yang seharusnya diukur (reliabel). Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dapat dipercaya.

SERVQUAL

Tabel 4.2
Hasil Gap Dimensi SERVQUAL

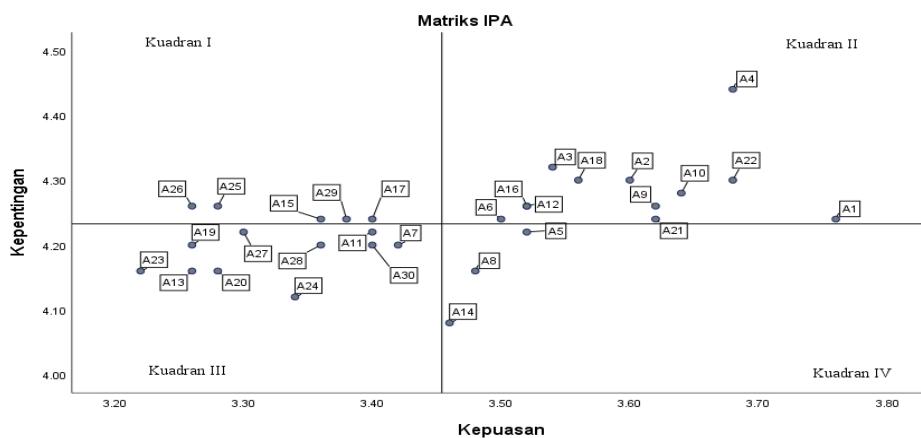
No.	Dimensi	Nilai rata-rata Kepuasan	Nilai rata-rata Kepentingan	Gap
1	<i>Tangibles</i>	3,64	4,33	-0,69
2	<i>Reliability</i>	3,48	4,22	-0,74
3	<i>Emphaty</i>	3,44	4,19	-0,75
4	<i>Assurance</i>	3,44	4,26	-0,82
5	<i>Responsiveness</i>	3,4	4,3	-0,9

Tabel 4. 2 menunjukkan hasil perhitungan nilai gap antara kepuasan dan kepentingan pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Nilai gap tertinggi berada pada dimensi *responsiveness* memiliki nilai gap terbesar yaitu 0,9 yang menandakan bahwa pelanggan masih belum puas, perbaikan dan perhatian tetap diperlukan untuk menjaga atau

meningkatkan kualitas layanan. Sedangkan nilai gap terkecil berada pada dimensi *tangibles* memiliki nilai sebesar 0,69 yang menunjukkan dimensi layanan paling memuaskan. Dari hasil analisis gap ini, dapat disimpulkan bahwa semua dimensi layanan saat ini belum memenuhi harapan pelanggan.

Importance Performance Analysis (IPA)

Dari hasil perhitungan rata-rata tingkat kesesuaian diketahui sebesar 81,61%, maka Perusahaan dapat dikatakan bahwa kinerja masing-masing atribut pelayanan ekspor sudah dapat memenuhi harapan pelanggan. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor persepsi dengan skor yang diharapkan. Pendapat dari Indriwinangsih dan Sudaryanto dalam Lodhita (2014), jika persentase 80-100% maka tingkat kesesuaian tersebut dapat memenuhi harapan dari konsumen tetapi masih perlu dilakukan perbaikan lagi.



Gambar 4.1 Matriks IPA

(Hasil dari SPSS, 2025)

Kuadran pertama sebagai prioritas utama adanya faktor yang diharapkan dan dianggap penting oleh pelanggan, namun kinerja yang dihasilkan perusahaan belum baik sehingga diperlukannya untuk meningkatkan kinerja terhadap kriteria-kriteria pada kuadran pertama. Dalam analisis gap menggunakan metode SERVQUAL, atribut-atribut pada kuadran pertama menunjukkan gap bernilai negatif yang tinggi, Hal ini mengartikan bahwa terdapat ketidaksesuaian yang terjadi antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan. Atribut yang masuk ke dalam kuadran pertama ada 5 yaitu:

Atribut 15 adalah respons *customer service* kepada pelanggan. Di mana harapan pelanggan terhadap etika dan sopan santun pelayanan tinggi, namun belum

mencerminkan dari perilaku staf *customer service*. Hal ini mengakibatkan pelanggan merasa tidak dihargai atau kurang dihormati.

Atribut 17 adalah penjadwalan yang sesuai Harapan pelanggan jadwal pengapalan sesuai dengan yang dicantumkan perusahaan pada dokumen, akan tetapi kenyataannya perusahaan tidak memberikan jadwal yang sesuai dan membuat pelanggan kecewa. Penjadwalan biasanya terlambat karena kontainer belum bisa keluar dari pelabuhan dan terhambat karena kekurangan SDM saat *loading* dan *unloading*, perusahaan sebaiknya bisa menambah SDM.

Atribut 25 adalah kepuasan terhadap *inland rates* Harapan pelanggan bisa mendapatkan harga *inland* untuk mengirim kontainer ke kapal perusahaan tidak sesuai dengan yang diinginkan, ini menyebabkan pelanggan tidak puas dengan *inland rate*. Perusahaan dapat menambahkan inter moda untuk bisa memindahkan kontainer ke kapal perusahaan.

Atribut 26 adalah *sales* mengerti kebutuhan bisnis pelanggan Harapan pelanggan *sales* bisa mengerti segala kebutuhan bisnis pelanggan, akan tetapi *sales* belum memiliki pengetahuan tentang pelayanan ekspor perusahaan secara rinci dan detail sesuai dengan yang pelanggan inginkan. Perusahaan dapat memberikan pelatihan, keterampilan *sales* dalam menghadapi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pelanggan.

Atribut 29 adalah perlakuan *customer service* kepada pelanggan. . Di mana harapan pelanggan terhadap etika dan sopan santun pelayanan tinggi, namun belum mencerminkan dari perilaku staf *customer service*. Hal ini mengakibatkan pelanggan merasa tidak dihargai atau kurang dihormati. Komunikasi staf *customer service* harus jelas dan mampu menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan pelanggan dengan sopan. Hal ini juga menunjukkan penting adanya pelatihan komunikasi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan

Index Potential Gain Customer Value (IPGCV)

Tabel 4.3 menunjukkan urutan yang berasal dari metode IPGCV terdapat 5 atribut yang diurutkan, kelima atribut ini berasal dari metode IPA kuadran pertama (prioritas utama). Pada hasil metode IPGCV peringkat perbaikan yang pertama adalah A15 merupakan respons *customer service* kepada pelanggan. Perusahaan harus segera melakukan perbaikan terhadap etika dan sopan santun pelayanan staf *customer service*. Komunikasi staf *customer service* pada pelanggan harus sangat diperhatikan. Dan penting untuk

perusahaan mengevaluasi SOP dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Pada peringkat perbaikan kedua yaitu A25 kepuasan terhadap *inland rates*. Perusahaan harus memperhatikan harga *inland* untuk mengirim kontainer ke kapal perusahaan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, perusahaan dapat menambahkan inter moda untuk bisa memindahkan kontainer ke kapal perusahaan.

Tabel 4.3
Hasil Metode IPGCV

Peringkat Perbaikan	Dimensi	Nomor Pernyataan	Pernyataan	Nilai ACV	Nilai UDCV	Indeks PGCV
1	<i>Responsiveness</i>	A15	Respons <i>customer service</i> kepada pelanggan	14,25	16,8	2,55
2	<i>Assurance</i>	A25	Kepuasan terhadap <i>inland rates</i>	13,97	16,4	2,43
3	<i>Emphaty</i>	A26	<i>Sales</i> mengerti kebutuhan bisnis pelanggan	13,88	16,3	2,42
4	<i>Assurance</i>	A17	Penjadwalan yang sesuai	17,02	18,5	1,48
5	<i>Emphaty</i>	A29	Perlakuan <i>customer service</i> kepada pelanggan	17,09	18,5	1,41

Sumber : Pengolahan Data Metode PGCV, 2025

Pada peringkat perbaikan kedua yaitu A25 kepuasan terhadap *inland rates*. Perusahaan harus memperhatikan harga *inland* untuk mengirim kontainer ke kapal perusahaan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, perusahaan dapat menambahkan inter moda untuk bisa memindahkan kontainer ke kapal perusahaan.

Pada peringkat perbaikan ketiga adalah A26 *sales* mengerti kebutuhan bisnis pelanggan Nilai ACV pada atribut 26 adalah yang terendah di antara 5 atribut lainnya yaitu 13,88 yang berarti kualitas pelayanan A26 kurang baik. Perusahaan harus segera memberikan pelatihan dan keterampilan *sales* dalam menghadapi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pelanggan. Setelah dilakukan pelatihan *sales* dapat memiliki *product knowledge*

pelayanan ekspor yang lebih baik lagi.

Pada peringkat perbaikan keempat adalah A17 penjadwalan yang sesuai. Jadwal pengapalan sesuai dengan yang dicantumkan perusahaan harus bisa sesuai pada dokumen. Penjadwalan biasanya terlambat karena kontainer belum bisa keluar dari pelabuhan dan terhambat karena kekurangan SDM saat *loading* dan *unloading*, perusahaan sebaiknya bisa menambah SDM.

Pada peringkat perbaikan kelima adalah A29 perlakuan *customer service* kepada pelanggan. Nilai UDCV A17 dan A29 memiliki nilai yang sama yaitu 18,5 tertinggi di antara kelima atribut lainnya ini menunjukkan bahwa semakin besar nilai UDCV maka semakin besar tingkat kualitas pelayanan. Perusahaan harus memberikan pelanggan etika dan sopan santun pelayanan tinggi, terutama staf yang berhubungan langsung dengan pelanggan yaitu staf *customer service*. Komunikasi staf *customer service* harus jelas dan mampu menjawab berbagai pertanyaan yang diajukan pelanggan dengan sopan. Perusahaan dapat segera mengadakan pelatihan komunikasi dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

5. Kesimpulan

Pada metode SERVQUAL menunjukkan bahwa dimensi *responsiveness* memiliki Gap yang paling besar di antara kelima dimensi lainnya yaitu sebesar 0,9. Pada dimensi *responsiveness* ini pelanggan belum puas dengan pelayanan perusahaan sehingga harus diperbaiki. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kesesuaian dapat diketahui rata-ratanya sebesar 81,61%, maka perusahaan dapat dikatakan memiliki pelayanan ekspor yang baik sehingga pelanggan merasa puas terhadap kinerja perusahaan.

Atribut pelayanan ekspor yang masuk ke dalam kuadran prioritas utama pada metode IPA dan IPGCV adalah A15 merupakan respons *customer service* kepada pelanggan, kedua A25 kepuasan terhadap *inland rates*, peringkat perbaikan ketiga adalah A26 *sales* mengerti kebutuhan bisnis pelanggan, peringkat perbaikan keempat adalah A17 penjadwalan yang sesuai , peringkat perbaikan kelima adalah A29 perlakuan *customer service* kepada pelanggan. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan dimensi SERVQUAL lain seperti *competence*, *courtesy*, *credibility*, *security*, *accessss*, *communication*, dan *understanding the customer*.

Referensi

- Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada CV. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 11(2), 498-504.
- Delayori, F. (2022). Pengaruh Pemberlakuan Kebijakan Asas Cabotage Terhadap Surplus Ekonomi Di Industri Pelayaran Indonesia. *Jurnal Locus Penelitian dan Pengabdian*, 1(9), 439-458.
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hirata, E. (2018). Service Characteristics and Customer Satisfaction In The Container Liner Shipping Industry. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 24-29.
- Howin, R., & Prasetya, W. (2020). Penerapan Metode IPA dan PGCV untuk Menganalisis Kualitas Layanan PT. Bank X Berdasarkan Dimensi SERVQUAL. *Jurnal Metris*, 92-102.
- Indrasari Meithiana. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama. Surabaya: Unitomo Press
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 12-40.
- Rahayu, A., Tambunan, W., Pawitra, T. A., & Tosungku, L. O. A. S. (2022). Penentuan prioritas perbaikan layanan pengiriman barang pada industri logistik. *Journal Industrial Servicess*, 7(2), 295-303.
- Sahfitri, Vivi. (2017). Analisis Pelanggan Terhadap Pemanfaatan Facebook Commerce Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Ilmiah MATRIK*, 79-90.
- Segonang, S. M., Alfansi , L., & Putri, S. E. (2021). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Pendekatan E-Servqual, Importance Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain Customer Value (PGCV) pada Website PT.Pos Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 95-122.
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)(Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 1(4), 286-295.
- Sitompul, N., & Nawawi, Z. M. (2022). Peran Bea Cukai dalam Efektivitas Pelayanan Ekspor Impor (Studi pada KPPBC TMP C Teluk Nibung). *Jurnal Kolaboratif Sains*, 5(6), 290-296.
- Syaban, A., & Mokodompit, E. A. (2024). Strategi Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia Di Sektor Maritim: Studi Kasus Di Pelabuhan Nusantara Kendari. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5(2), 294-302.