

ABSTRAK

AutoKirim merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Aggregator* sebagai pihak ketiga antara ekspedisi pengiriman paket dan penerima paket. Permasalahan yang dialami perusahaan yaitu terjadinya penurunan jumlah mitra aktif AutoKirim. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisis serta menemukan faktor dari kualitas layanan terhadap kepuasan menggunakan model *Servqual*. Lima dimensi *Servqual* yaitu *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* akan dianalisis menggunakan beberapa metode yang meliputi uji gap, *Customer Satisfaction Index* (CSI), regresi linier berganda, *Importance Performance Analysis* (IPA), dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Hasil penelitian menunjukkan nilai kepuasan mitra dari analisis CSI sebesar 72%. Nilai 72% tersebut menyatakan bahwa secara umum mitra merasa cukup puas terhadap layanan AutoKirim, tetapi masih ditemukan kesenjangan antara harapan dan kenyataan, khususnya pada aspek fasilitas fisik pada dimensi *Tangible*. Hasil uji regresi menunjukkan bahwa empat dimensi berpengaruh secara parsial dengan nilai signifikansi 0,001 pada dimensi *Reliability*, 0,000 pada dimensi *Responsiveness*, 0,034 pada dimensi *Assurance* dan 0,000 pada dimensi *Empathy*, sedangkan dimensi *Tangible* memiliki nilai signifikansi 0,240 yang menunjukkan tidak terdapat pengaruh signifikan. Melalui analisis IPA dan PGCV didapatkan atribut yang perlu segera diperbaiki. Atribut tersebut berkaitan dengan fitur teknis (R2) pada dimensi *Tangible* dan tanggapan terhadap keluhan mitra (RE4) pada dimensi *Responsiveness*. Temuan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan strategis bagi AutoKirim dalam meningkatkan kualitas layanan dalam mempertahankan kepuasan mitra. Penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi perusahaan terkait pengembangan evaluasi kualitas layanan pada mitra.

Kata Kunci: *Importance Performance Analysis, kepuasan pelanggan, Potential Gain in Customer Value, Servqual.*