

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN LALAMOVE
MENGUNAKAN PENDEKATAN SERVQUAL DI WILAYAH DKI
JAKARTA**

**AHMAD RIZKI
1702521006**



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL
PROGRAM SARJANA TERAPAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION OF LALAMOVE
SERVICES USING THE SERVQUAL APPROACH IN THE DKI JAKARTA
REGION**

**AHMAD RIZKI
1702521006**



Intelligentia - Dignitas

**This thesis was written to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor
of Applied Digital Marketing degree at the Faculty of Economics and
Business, Jakarta State University**

**DIGITAL MARKETING STUDY
PROGRAM FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS JAKARTA
STATE UNIVERSITY**

2025

ABSTRAK

Ahmad Rizki, 2025: Analisis Kepuasan Pelanggan Layanan Lalamove Menggunakan Pendekatan SERVQUAL di Wilayah DKI Jakarta. Skripsi, Jakarta: Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Prof. Dr Mohamad Rizan, SE, MM. Adnan Kasofi, S.Pd., MBA

Penelitian ini menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi Lalamove di wilayah DKI Jakarta. Meningkatnya kebutuhan masyarakat urban terhadap layanan logistik berbasis aplikasi menjadikan kepuasan pelanggan sebagai faktor penting dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei terhadap 196 responden pengguna Lalamove di DKI Jakarta. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan *Gap Analysis* dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa secara umum persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan Lalamove berada pada kategori cukup baik pada seluruh dimensi *SERVQUAL*, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Hasil IPA menunjukkan bahwa beberapa atribut layanan berada pada kuadran prioritas utama, yang mencerminkan tingkat kepentingan pelanggan yang tinggi namun belum diimbangi oleh kinerja layanan yang optimal, terutama pada aspek bukti fisik, keandalan, dan ketepatan waktu. Selanjutnya, hasil *Gap Analysis* menunjukkan bahwa seluruh dimensi *SERVQUAL* memiliki nilai gap negatif, yang menandakan bahwa kualitas layanan yang dirasakan masih berada di bawah harapan pelanggan. Dimensi *Tangibles* memiliki nilai gap terbesar dan menjadi prioritas utama perbaikan. Temuan ini menegaskan perlunya peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan Lalamove di wilayah DKI Jakarta.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, *SERVQUAL*, *Importance Performance Analysis*, Lalamove, DKI Jakarta.

ABSTRACT

Ahmad Rizki, 2025: Analysis of Customer Satisfaction with Lalamove Services Using the SERVQUAL Approach in the DKI Jakarta Area. Undergraduate Thesis, Jakarta: Diploma IV Program in Digital Marketing, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta. Supervisors: Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM and Adnan Kasofi, S.Pd., MBA.

This study analyzes customer satisfaction with Lalamove application services in the DKI Jakarta area. The increasing demand for application-based logistics services among urban communities makes customer satisfaction a crucial factor in maintaining service sustainability and competitiveness. This study employs a quantitative descriptive approach, with data collected through a survey of 196 respondents who have used Lalamove services in DKI Jakarta. The data were analyzed using descriptive analysis, Importance Performance Analysis (IPA), and Gap Analysis, supported by SPSS software.

The results indicate that overall customer perceptions of Lalamove's service quality are at a fairly good level across all SERVQUAL dimensions, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The IPA results show that several service attributes are positioned in the main priority quadrant, indicating high customer importance but insufficient service performance, particularly in terms of physical evidence, service reliability, and timeliness. Furthermore, the Gap Analysis reveals negative gap values across all SERVQUAL dimensions, suggesting that perceived service quality has not fully met customer expectations. The tangibles dimension records the largest gap and therefore becomes the main priority for improvement. These findings emphasize the need for continuous service quality enhancement to improve customer satisfaction and loyalty toward Lalamove in the DKI Jakarta area.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, SERVQUAL, Importance Performance Analysis, Lalamove, DKI Jakarta.

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Pernyataan Bebas Plagiat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Rizki

NIM : 1702521006

Program Studi: D4 Pemasaran Digital

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Analisis Kepuasan Pelanggan Layanan Lalamove Menggunakan Pendekatan SERVQUAL Di Wilayah DKI Jakarta" ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Oleh karena itu, terkait sumber informasi yang telah saya kutip ini disebutkan dalam teks lalu dicantumkan pada daftar pustaka.

Saya membuat surat ini dalam keadaan sadar dan tidak dalam pengaruh pihak manapun. Akhir kata saya ucapkan terimakasih atas perhatiannya.

Jakarta, 12 Januari 2025
Yang membuat pernyataan

Ahmad Rizki
1702521006

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ahmad Rizki
NIM : 1702521006
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Pemasaran Digital
Alamat email : ahmadrizki4250@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

"Analisis Kepuasan Pelanggan Layanan Lalamove Menggunakan Pendekatan SERVQUAL di Wilayah DKI Jakarta"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 12 Januari 2025

Penulis

(Ahmad Rizki)

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dra. Sholikhah, MM NIP. 196206231990032001 (Ketua Sidang)		
2	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D NIP. 199308272020122024 (Penguji Ahli 1)		12/21/2026
3	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, CHRP NIP. 199111022022032013 (Penguji Ahli 2)		
4	Prof. Dr Mohamad Rizan, SE, MM NIP. 199107022023211023 (Pembimbing 1)		
5	Adnan Kasofi, S.Pd., MBA NIP. 199107022023211023 (Pembimbing 2)		
Nama : Ahmad Rizki No. Registrasi : 1702521006 Program Studi : D4 - Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 16 November 2025			

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat, nikmat, dan kesehatan yang senantiasa diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Layanan Lalamove Menggunakan Pendekatan *SERVQUAL* di Wilayah DKI Jakarta.” Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya, yang menjadi teladan dalam menjalani kehidupan. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Pemasaran Digital pada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari dukungan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada lembar persembahan ini, penulis dengan tulus menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada.

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta
2. Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
3. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. dan Bapak Adnan Kasofi, S.Pd., M.B.A, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, sehingga penulis mampu menyelesaikannya dengan baik.
4. Ibu Dra. Sholikhah, M.M. selaku Ketua Penguji, Bapak Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D. selaku Dosen Penguji I, dan Ibu Nofriska. selaku Dosen Penguji II, yang telah meluangkan waktu, serta memberikan masukan, nasihat, dan saran konstruktif yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital yang telah memberikan ilmu, wawasan, serta pengalaman berharga selama masa

perkuliahan, yang menjadi bekal penting bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Almarhum Bapa Dursim yang selama hidup selalu memberikan kasih sayang dan doa yang tak terhingga kepada penulis, sebagai salah satu motivator juga agar penulis bisa melanjutkan pembelajaran sampai jenjang perkuliahan. Tak lupa juga kepada Ema yang telah melanjutkan perjuangan seorang bapak yang sudah tiada sehingga penulis bisa sampai di titik sekarang, tak lupa penulis dalam hal omelannya, perhatiannya bahkan masakannya sekalipun.
7. Kakak dan adik kandung penulis khususnya Lukman yang membantu dan memotivasi untuk terus belajar dan memberikan modal usaha kepada penulis. Kepada Kakak saya tercinta juga Iha dan Faozi karena telah membantu penulis jika ada kendala materi dan perlengkapan kuliah, dan tak lupa juga untuk adik penulis yang sangat penulis cintai dan sayangi Farhan dan Fahri.
8. Teman-teman kelas Pemasaran Digital A yang telah berjuang bersama selama 4 tahun pada perkuliahan ini. Terima kasih atas bantuan akademik maupun non akademik yang sudah diberikan, sehingga penulis selalu merasakan kehangatan dalam kegiatan perkuliahan. Khususnya teman dekat penulis yaitu Nara, Anang, Diki, Daffa, Hanif, Rayendra dan Irsyad.
9. Seluruh Tim dari Calcila Apparel khususnya divisi marketing Disha dan Aisyah karena sudah banyak membantu penulis dalam menjalankan Calcila Apparel, sehingga penulis bisa fokus untuk mengerjakan penelitian ini.

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian.....	16
1. Manfaat Teoretis	16
2. Manfaat Praktis	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	18
A. Kajian Teoretis	18
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	18
2. Model <i>SERVQUAL</i> (<i>Service Quality</i>).....	20
3. Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan	21
B. Penelitian Terdahulu	22
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Tempat Waktu Penelitian	28
B. Desain Penelitian.....	28
C. Sumber data dan Sampel Penelitian	28

1. Populasi.....	29
2. Sampel	30
D. Teknik Pengumpulan data.....	32
E. Pengembangan Instrumen.....	33
1. Definisi Konseptual.....	33
2. Definisi Operasional Variabel	34
3. Instrumen Penelitian	35
F. Uji Instrumen Penelitian.....	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas	40
G. Teknis Analisis Data	41
1. Analisis Deskriptif.....	41
2. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	42
3. <i>Gap Analysis</i>	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Deskripsi Data.....	44
1. Profil Responden.....	44
2. Uji Instrumen	48
B. Analisis Deskriptif Dimensi <i>Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty</i>	50
C. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> Dimensi <i>Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty</i>	65
D. <i>Gap Analysis</i> Dimensi <i>Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty</i>	68
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan	72

B. Implikasi	76
1. Implikasi Teoretis	76
2. Implikasi Praktis	77
C. Keterbatasan Penelitian	78
D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	81



Intelligentia - Dignitas

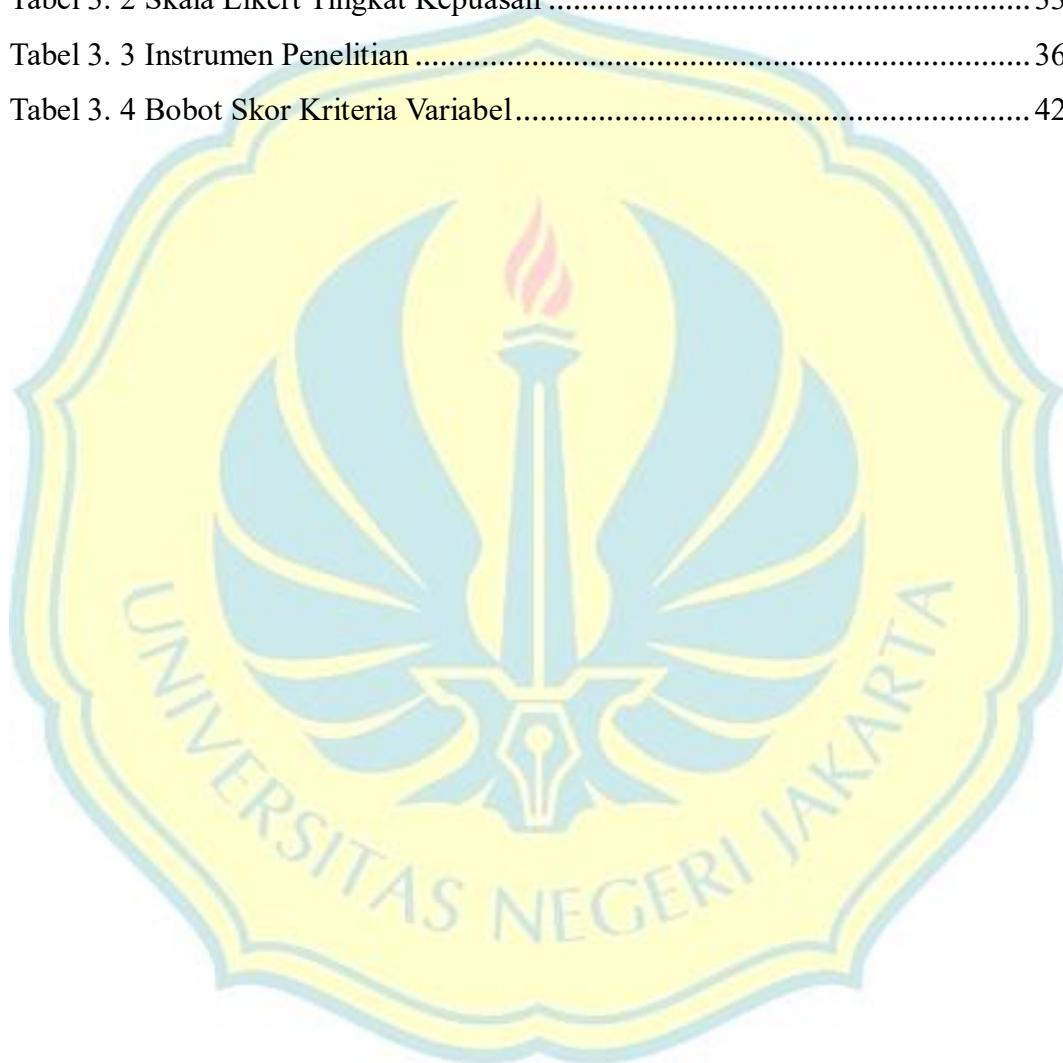
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia Tahun 2018 - 2024.....	1
Gambar 1. 2 Pertumbuhan pasar logistik di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Jasa Pengiriman yang ada di Indonesia	4
Gambar 1. 4 Indikator <i>Appereance</i>	8
Gambar 1. 5 Indikator <i>Sophistication of Technology</i>	8
Gambar 1. 6 Indikator <i>Human Resources Expertise</i>	9
Gambar 1. 7 Indikator <i>Completeness of facilities</i>	9
Gambar 1. 8 Indikator <i>Ability to Fullfill Promise</i>	10
Gambar 1. 9 Indikator <i>Consistency In Service</i>	10
Gambar 1. 10 Indikator <i>Accuray In Delivery</i>	11
Gambar 1. 11 Indikator <i>Speed Of Response</i>	11
Gambar 1. 12 Indikator <i>Timeliness</i>	12
Gambar 1. 13 Indikator <i>Clarity of information</i>	12
Gambar 1. 14 Indikator <i>Competence and Knowledge</i>	13
Gambar 1. 15 Indikator <i>Politeness and Honesty</i>	13
Gambar 1. 16 Indikator <i>Customer Trust</i>	14
Gambar 1. 17 Indikator <i>Understanding Customer Needs</i>	14
Gambar 1. 18 Indikator <i>Personalized Attention</i>	15
Gambar 1. 19 Indikator <i>Building Close Relationship</i>	15
Gambar 4. 17 Diagram Kartesius IPA	66

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Skala Likert Tingkat Kepentingan.....	33
Tabel 3. 2 Skala Likert Tingkat Kepuasan	33
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian	36
Tabel 3. 4 Bobot Skor Kriteria Variabel.....	42



Intelligentia - Dignitas