

ABSTRAK

Untuk mempertahankan loyalitas pelanggannya, suatu usaha perlu melakukan evaluasi kualitas pelayanan jasanya berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian pada Mikimikuhouse sebagai usaha layanan jasa penyedia barang dari Korea bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanannya yang mengalami penurunan jumlah pembeli lamanya rata-rata sebesar 3.012% per bulan dari bulan April hingga September 2020. Hal ini menunjukkan adanya ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan sehingga penelitian dilakukan untuk mengukur kesenjangan antara nilai persepsi dan harapan konsumen dari atribut sasaran pelayanan Mikimikuhouse dengan metode *E-ServQual* dan menetapkan atribut prioritasnya dengan analisis IPA. Dari ke-7 dimensi *E-ServQual* yang dianalisis, diketahui bahwa rata-rata *gap score* sebesar -0.361 dengan *gap score* tertinggi yaitu dimensi *privacy* sebesar -1.396 dan *gap score* terendah yaitu *reliability* sebesar -0.028. Dari analisis *Importance Performance Analysis (IPA)*, didapatkan atribut kualitas yang performansinya rendah dalam kuadran A, yaitu: atribut 5, atribut 7, dan atribut 10 dan kuadran C, yaitu: atribut 9 dan atribut 17. Rancangan perbaikan dari *House of Quality (HOQ)* menghasilkan 8 respons teknis dengan peringkat kepentingannya, yaitu resi hanya bisa diakses oleh pembeli bersangkutan (14.743%), menambah *platform* layanan konsumen (14.085%), persentase keterlambatan pengiriman di bawah 10% (13.49%), kecepatan waktu proses pesanan naik menjadi kurang dari 30 menit (12.835 %), tanggapan konsumen dan diskusi kurang dari 40 menit (12.761% & 12.162%), *engagement rate* naik menjadi 5% (10.795%), dan tren produk naik sebesar 10% (9.129%).

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, *E-ServQual*, *Gap Score*, *Importance Performance Analysis*, *House of Quality*