

## ABSTRAK

Pertumbuhan sektor jasa pengiriman di Indonesia mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. JNE Express dan J&T Express adalah dua perusahaan besar jasa pengiriman yang ada di Indonesia. Agar perusahaan jasa pengiriman dapat bertahan ditengah maraknya persaingan, perusahaan perlu menerapkan kualitas pelayanan terbaik bagi konsumen. Jasa pengiriman yang memiliki kualitas pelayanan yang baik tentunya akan memiliki daya tarik lebih terhadap konsumen.

Penelitian ini merupakan analisis komparatif yang memiliki tujuan yaitu menggambarkan perbedaan kualitas pelayanan perusahaan jasa pengiriman JNE Express dan J&T Express. Teknik sampling menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode pengambilan sampel *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner kepada 400 responden yang pernah menggunakan jasa pengiriman JNE Express dan J&T Express di Indonesia. Instrumen penelitian menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan berdasarkan pada model *SERVQUAL* (*Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*). Teknik analisis data menggunakan *Mann Whitney U-Test*.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif didapat bahwa kualitas pelayanan pada J&T Express mendapat nilai rata-rata lebih tinggi daripada JNE Express. Pada hasil uji Mann Whitney U-Test didapat bahwa terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap dimensi *reliability, responsiveness, dan assurance*. Namun, tidak terdapat perbedaan pada dimensi *tangible* dan *empathy*. Oleh karena itu, secara keseluruhan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan pada jasa pengiriman JNE Express dan J&T Express di Indonesia.

Saran yang diberikan adalah agar J&T Express terus mempertahankan keandalan dalam menjaga keamanan paket, daya tanggap dalam penyampaian informasi yang jelas, dan selalu mempertahankan kepercayaan konsumen. JNE Express diharapkan agar memperhatikan keandalan dalam ketepatan waktu pengiriman, daya tanggap dalam penanganan keluhan konsumen, dan pertanggungjawaban atas paket yang hilang. Serta diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambah variabel penelitian maupun menggunakan objek lain.

**Kata Kunci:** Analisis Komparatif, Kualitas Pelayanan, Model *SERVQUAL*, Jasa Pengiriman