

ABSTRAK

PT. Pos Indonesia, sebagai penyedia jasa logistik dan pengiriman, menghadapi persaingan ketat dari kurir swasta dan *platform e-commerce*, yang menyebabkan keluhan pelanggan terkait keterlambatan pengiriman, informasi tidak akurat, dan pelayanan kurang responsif. Isu ini menurunkan kepuasan pelanggan, sehingga mengancam daya saing perusahaan. Penelitian ini mendesak dilakukan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan PT. Pos Indonesia di Kota Bandung menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA), guna mengatasi tantangan tersebut dan memastikan perusahaan tetap relevan di pasar yang kompetitif. Penelitian kuantitatif ini menggunakan pendekatan survei dengan kuesioner kepada 100 pelanggan PT. Pos Indonesia di Kota Bandung. Data dianalisis dengan matriks IPA berdasarkan dimensi *SERVQUAL* (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*). Uji validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics. Harapan pelanggan mencapai 79,45% (tingkat "sesuai"), sedangkan kinerja layanan 77,49% (tingkat "puas"). Berdasarkan IPA, atribut prioritas utama untuk perbaikan adalah penampilan karyawan (*tangible*) dan pengetahuan serta kesopanan karyawan (*assurance*). Atribut seperti seragam, respons cepat, jaminan keamanan, dan empati perlu dipertahankan, sementara ketepatan waktu pengiriman dinilai kurang penting meski kinerjanya tinggi.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, *Importance Performance Analysis* (IPA), PT. Pos Indonesia, *SERVQUAL*.