



Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan PT Namora Transindo Jaya Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Servqual

Elen Togu Marito Samosir, Eva Zuraidah*

Fakultas: Teknologi Informasi, Program Studi: Sistem Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta, Indonesia

Email: ¹samosir625@gmail.com, ^{2,*}eva.evz@nusamandiri.ac.id,

Abstrak—Para pengusaha akan berusaha memenuhi pelayanan yang terbaik buat pelanggan dengan cara memenuhi kebutuhan permintaan pelanggan. PT Namora Transindo Jaya yang mengalami dampak pandemi *covid-19* dengan menurunnya orderan jasa pengiriman barang, masalah yang terjadi dalam hal kualitas pelayanan seperti terjadinya kerusakan barang atau paket saat diterima *customer*, pengiriman barang atau paket mengalami keterlambatan atau pengiriman barang dan paket yang tidak tepat pada waktunya, pengembalian barang yang tidak terkirim dikarenakan alamat yang tidak jelas, tidak tepat waktu karena diinfokan kepada pengirim melebihi *service level agreement* (SLA), hal tersebut sangat berpengaruh dalam kualitas pelayanan. Solusi yang akan diberikan yaitu dengan melakukan penelitian menggunakan metode *Fuzzy Service Quality* untuk mengetahui kualitas pelayanan dari PT Namora Transindo Jaya. Hasil perhitungan *gap* secara keseluruhan maka rata-rata perhitungan kriteria untuk *gap* diantara harapan dengan persepsi pelanggan yang dihitung di PT Namora Transindo Jaya maka dihasilkan tingkat kepuasan pelanggan yaitu 0.21 yang berarti harapan pelanggan terlampaui yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas perusahaan tersebut dimata konsumen atau pelanggan. Atribut yang dinilai paling tinggi dengan nilai *gap* sebesar 1,60 dimensi *emphati (empati)* yaitu karyawan tidak membedakan pelanggan dan memberikan perhatian yang sama sedangkan atribut paling buruk dengan nilai *gap* sebesar -0,58 dimensi jaminan (*assurance*), yaitu karyawan selalu bersikap ramah, sopan dan memberikan senyum kepada pelanggan.

Kata Kunci: Fuzzy; Servqual; Gap; Analisis; Atribut

Abstract—Entrepreneurs will try to provide the best service for customers by meeting their needs of customer demands. PT Namora Transindo Jaya has experienced the impact of the COVID-19 pandemic by decreasing orders for goods delivery services, problems that occur in terms of service quality such as damage to goods or packages when received by customers, delivery of goods or packages experiencing delays or delivery of goods and packages that are not right on time. The time, the return of goods that were not sent due to an unclear address, not on time because the sender was informed beyond the service level agreement (SLA), this greatly affects the quality of service. The solution that will be given is to conduct research using the Fuzzy Service Quality method to determine the quality of service from PT Namora Transindo Jaya. The results of the calculation of the overall, the average calculation of the criteria for the gap between expectations and customer perceptions calculated at PT Namora Transindo Jaya results in a customer satisfaction level of 0.21 which means that customer expectations are exceeded which indicates that the better the quality of the company in the eyes of the company, consumer or customer. The attribute that is rated the highest with a gap value of 1.60 is the dimension of empathy, employees do not discriminate between customers and give equal attention, while the worst attribute is with a gap value of -0.58 dimension of assurance, employees always behave friendly, polite and give a smile to customers.

Keywords: Fuzzy; Servqual; Gap; Analysis; Atribut

1. PENDAHULUAN

Pelayanan dan kepuasan sangat berperan penting didalam dunia bisnis dan usaha. Perusahaan menawarkan barang ataupun jasa yang semakin beragam menjadikan peluang bagi konsumen untuk memilih produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan atau yang diharapkan konsumen [1]. Dengan adanya pandemi *Covid-19* dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) mau tidak mau juga sangat mempengaruhi turunnya pendapatan perusahaan. Keadaan pandemi *Covid-19* yang terjadi membuat dampak yang cukup serius hampir di semua bidang seperti bidang perekonomian, kesehatan dan sosial di Indonesia [2]. Dimensi *assurance* mempunyai nilai pengaruh yang paling penting terhadap dimensi yang tergantung terhadap kepuasan pelanggan, di PT Namora Transindo Jaya untuk *assurance* kerusakan barang saat diterima *customer* untuk penyelesaiannya belum berjalan dengan baik selama ini. [3]

Terdapat masalah yang terjadi pada PT Namora Transindo Jaya dalam hal kualitas pelayanan seperti terjadinya kerusakan barang atau paket saat diterima *customer*, pengiriman barang atau paket mengalami keterlambatan atau pengiriman barang dan paket yang tidak tepat pada waktunya, pengembalian barang yang tidak terkirim dikarenakan alamat yang tidak jelas, tidak tepat waktu karena diinfokan kepada pengirim melebihi *service level agreement* (SLA), hal tersebut sangat berpengaruh dalam kualitas pelayanan. Didalam meningkatkan kualitas pelayanan diperlukan metode untuk analisis kualitas jasa pelayanan. Kualitas layanan merupakan keunggulan atau nilai yang dimiliki oleh suatu layanan hanya dapat dinilai oleh pelanggan. [4]

Pada penelitian ini digunakan metode *Fuzzy Service Quality (SERVQUAL)* untuk mengetahui kualitas pelayanan dari PT Namora Transindo Jaya. Metode yang paling yang sering digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah metode *servqual*. Untuk produk fisik pengukuran mutu tidak sama dengan industri jasa [5]. Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama yang harus diberikan perusahaan untuk memelihara loyalitas konsumen. Didalam meningkatkan kualitas pelayanan diperlukan metode untuk analisis kualitas jasa pelayanan. Kualitas layanan merupakan keunggulan atau nilai yang dimiliki oleh suatu layanan hanya dapat dinilai oleh pelanggan. [4]

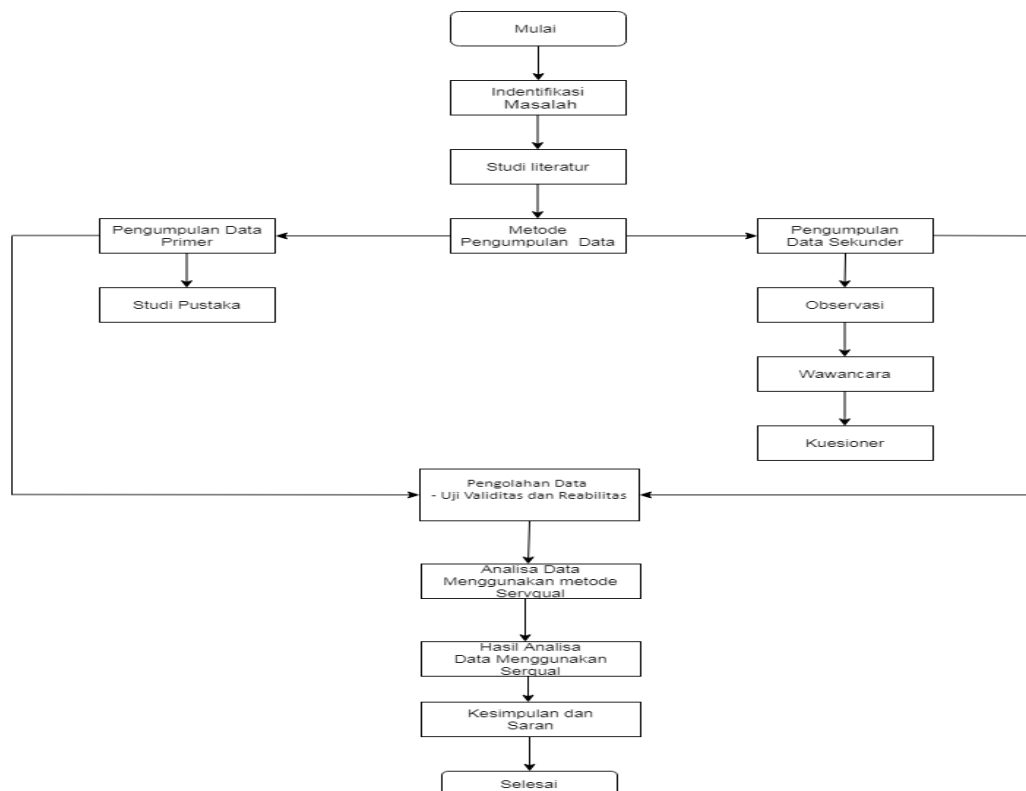
Kualitas merupakan kata yang sudah tidak asing kita dengar di dunia bisnis. Kualitas adalah ukuran yang utama dari produk atau layanan dan terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas bisa dipandang secara lebih luas, dimana semua aspek ditekankan jadi tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga proses,

lingkungan, dan orang – orang sekitar” [6]. Pelayanan pada kenyataannya adalah alur dari setiap kegiatan, karena itu menjadikan pelayanan itu merupakan proses. Proses pelayanan perlu teratur dan berkesinambungan, termasuk bidang kehidupan bagi semua orang dalam masyarakat [7]. Kepuasan pelanggan adalah analisis yang hasilnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) yang didapatkan tidak memenuhi apa yang diharapkan. Perasaan senang atau tidak senang akan dihasilkan apabila perbandingan antara harapan dan kinerja didapatkan oleh konsumen. Apabila kinerja atau pelayanan sesuai atau bahkan melebihi dari yang diharapkan oleh konsumen, maka otomatis konsumen akan merasa senang dan puas. Sebaliknya apabila ekspektasi berada di bawah dari yang diharapkan, maka pelanggan otomatis akan merasa kecewa atau tidak puas [8]. Harapan pelanggan adalah keyakinan yang dirasakan atau yang diterima pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan ukuran dalam mengukur kinerja produk. [9]

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa tahapan-tahapan penelitian untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Adapun tahapan-tahapan penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Flowchart Langkah-langkah Penelitian.

1. Identifikasi Masalah

Tahap awal yang dilakukan pada proses penelitian adalah melakukan identifikasi pada suatu masalah. Pada proses ini dibentuk sesuai dengan rumusan masalah yang didasari oleh latar belakang masalah.

2. Studi Literatur

Melakukan pencarian dengan mempelajari dan memahami teori-teori dari berbagai sumber yang digunakan sebagai penunjang dan acuan dalam proses pengerjaan metode *Servqual* dan metode pengumpulan data. Data-data yang mendukung penelitian ini dicari dengan cara mengumpulkan literatur, jurnal nasional, *browsing internet* dan *textbook* atau *paper*.

3. Data Penelitian

Dalam penelitian ini data yang dibutuhkan dibagi menjadi dua (2) yaitu data primer dan data sekunder

4. Pengumpulan Data

Tahap ini merupakan cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan tiga (3) cara, sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik ini dilakukan dengan melakukan pengamatan dan pencatatan terkait dengan pengiriman barang di PT Namora Transindo Jaya

b. Wawancara



Mengumpulkan data dengan melakukan percakapan dengan PT Namora Transindo Jayaterkait parameter menentukan kepuasan pelanggan

c. Kuesioner

Teknik yang digunakan mengumpulkan data untuk mendapatkan data primer dari konsumen .

5. Pengolahan Data Uji Validitas dan Realibitas. Validitas dan pengolahan data uji kehidupan nyata Validitas ini menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen *Pearson*) dengan SPSS dan untuk uji *reliabilitas* alat ukur menggunakan *alfa cronbach*.
6. Analisa Data dengan Metode *Servqual*.
Analisa data dalam penelitian ini menggunakan metode *servqual*, yang digunakan secara kuantitatif yaitu metode penelitian yang bersikap deskriptif dan lebih banyak menggunakan analisis. Penelitian dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan hasil analisis akan mendapatkan informasi yang disimpulkan.
7. Hasil Analisa Data Menggunakan Metode *servqual*
Setelah tahap analisis data dengan menggunakan metode *servqual* dihasilkan suatu hasil analisis yang merupakan hasil dari suatu proses penelitian yang dilakukan.
8. Kesimpulan dan Saran
Kesimpulan adalah tahap paling akhir dari penjabaran proses penelitian dengan memberikan kesimpulan permasalahan yang ada. Saran adalah pendapat atau usulan yang diberikan oleh peneliti untuk permasalahan yang ditemukan.

2.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat atau perangkat yang dibuat untuk menampung dan mengolah berbagai data yang dikumpulkan dalam penelitian. Jika penelitian yang dilakukan melakukan sebuah survei, maka instrumen yang dibuat adalah kuesioner yang berisi pertanyaan dan jawaban yang berkaitan untuk penelitian. [10]

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner yang mengacu kepada lima dimensi *servqual* yaitu *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati). Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala Lima (5) alternatif pilihan skala *likert* [11]. Ditinjau dari metode pengumpulan data, penelitian ini merupakan penelitian jenis survei dimana data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner.

Tabel 1. Tabel Skor Jawaban Responden persepsi atau kinerja kerja Skala *Likert*

JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: [11]

Sedangkan untuk kategori harapan atau ekspektasi diberikan penilaian sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Penting
2. Tidak Penting
3. Cukup Penting
4. Penting
5. Sangat Penting

Berikut indikator dari penelitian yang digunakan sebagai pernyataan pada kuesioner:

Tabel 2. Tabel Instrumen Penelitian

No	Dimensi	Indikator
1	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Fasilitas Kantor PT Namora Transindo Jaya bersih dan rapi
2		Karyawan berpenampilan rapi dan menarik memakai seragam kantor dan bersih.
3		Ruang tunggu nya nyaman bersih, rapi, bebas asap rokok, dan menunggu antrian tidak menunggu lebih dari sepuluh (10) menit
4		Tersedia tempat parkir yang aman untuk Pelanggan baik Mobil dan sepeda motor
5		Alat transportasi ntuk pengiriman paket atau dokumen sudah layak dan memadai.
1	<i>Reliability</i> (keandalan)	Harga jasa pengiriman sesuai dengan kualitas pelayanan yang dijanjikan dan harga yang terjangkau
2		Karyawan PT Namora Transindo Jaya mengirimkan barang secara benar dan tepat waktu dari awal mengirim barang.
3		Prosedur pengiriman barang apakah memudahkan pelanggan
4		Customer care PT Namora Transindo Jaya sebagai wadah untuk menampung



No	Dimensi	Indikator
		masalah keluhan pelanggan apakah sangat membantu pelanggan untuk menyampaikan keluhan
5	<i>Responsiveness</i> (DayaTanggap)	Sistem pembayaran biaya pengiriman paket dan dokumen mudah dilakukan
1		Daya tanggap karyawan dan pengetahuannya apakah sudah membantu dalam menanggapi keluhan konsumen dengan cepat.
2		Karyawan PT Namora Transindo Jaya dengan pasti mengirimkan barang tepat waktu
3		Pelayanan Customer Care PT Namora Transindo Jaya cepat
4		PT NamoraTransindo Jaya merespondengan cepat apabila ada pelanggan ingin menggunakan jasa
1	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Karyawan PT Namora Transindo Jaya membuat rasa percaya para pelanggan
2		Sistem yang digunakan PT NamoraTransindo Jaya sudah berjalan dengan baik
3		Karyawan PT Namora Transindo Jaya melayani dan memberikan jawaban kepada pelanggan dengan baik
4		Karyawan selalu bersikap ramah, sopan dan memberikan senyum kepada pelanggan
5		Paket atau dokumen diterima dengan utuh tidak ada kerusakan apapun.
6		Pihak PT Namora Transindo Jaya menjamin kerahasiaan pelanggan
7		Pake tatau dokumen pasti terkirim sesuai tempat tujuan
1	<i>Empaty</i> (Perhatian)	Karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan dengan baik
2		Karyawan Sudah mengutamakan kebutuhan pelanggan
3		Karyawan mampu memahami kebutuhan dan keinginan Pelanggan
4		Karyawan dapat berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan.
5		Karyawan tidak membedakan bedakan pelanggan dan memberikan perhatian yang sama

2.3 Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian kecil dari sejumlah karakteristik yang dimiliki populasi, atau sebagian kecil dari anggota populasi, dan dapat mewakili populasi menurut langkah tertentu..[12] Pengukuran sampel dilakukan untuk mengetahui berapa besar sampel yang dilakukan dalam penelitian. Selain itu sampel yang dipilih harus bisa mewakili segala karakteristik populasi.

Untuk menghitung jumlah sampel yang digunakan yaitu menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \tag{1}$$

N = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Taraf nyata atau batas kesalahan

Dalam penelitian, penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%, karena mungkin tidak memberikan hasil sempurna. Jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 107 orang, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Maka: } n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{107}{1 + (105 \times 0.05^2)} \\ n &= \frac{107}{1 + (105 \times 0.0025)} \\ n &= \frac{107}{1 + 0.75} \\ n &= 99,53 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100 \text{ Responden.} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel dari populasi sebanyak 100 orang dengan tingkat kesalahan 5%.

2.4 Teknik Sampling

Sampling adalah cara mengumpulkan data yang sifatnya tidak menyeluruh atau hanya sebagian dari populasi. Responden dipilih dengan teknik convenience sampling atau biasa disebut teknik random sampling yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dan dianggap cocok untuk memberikan informasi dari sumber[13].Pelanggan PT Namora Transindo Jaya yang menjadi responden sebanyak seratus (100) orang dan mengisi jawaban pada *google Forms*, dengan menggunakan teknik convenience sampling dari 100 responden, semuanya dianggap valid dan kompeten.

Salah satu teknik uji yang paling sering digunakan oleh peneliti untuk menguji validitas adalah dengan menggunakan korelasi bivariat Pearson (hasil kali momen Pearson) dan SPSS. Analisis ini dengan model masing-masing saling dihubungkan untuk nilai item dengan skor total. Skor total didapatkan dengan cara melakukan

penjumlahan dari keseluruhan item. Indikator – indikator pertanyaan yang sangat berhubungan dengan skor total menunjukkan indikator – indikator tersebut mampu memberikan sebuah data yang valid. Jika r hitung (sig. 0,05 uji dua sisi), perangkat atau indikator-indikator pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total divalidasi. Adapun rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:[14]

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma) - (\Sigma)(\Sigma)}{(\Sigma) - (\Sigma)} \{(\Sigma) - (\Sigma) - (\Sigma)^2\} \quad (2)$$

Penjelasan dari gambar diatas adalah sebagai berikut:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Variabel Y = Faktorvaliditas item yang dicari, 2 variabel yang dikorelasikan

X = Skor untuk pernyataan yang dipilih

Y = Skor total yang diperoleh semua item

ΣX = Total skor untuk semua item X

ΣY = Totalskor dalam distribusi Y

ΣX^2 = Total kuadrat dalam skor distribusi X

ΣY^2 = Total kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

Dalam uji reliabilitas, alat *survey* berupa angket dan skala bertahap, menggunakan alfa Cronbach. Rumus untuk koefisien alpha Cronbach adalah:[14]

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (3)$$

Penjelasan dari gambar diatas adalah sebagai berikut:

r_{11} = Reliabilitas yang dicari

k = Banyaknya butir pertanyaan

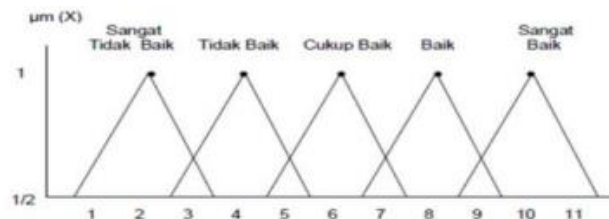
$\Sigma \sigma_i^2$ = Jumlah varian butir tiap pertanyaan

σ_t^2 = Varian total

Nilai alpha harus diatas dari 0,60 maka bisa dikatakan instrumen tersebut reliabel. Berikut cara yang dilakukan untuk cara perhitungan pengujian reabilitas dengan metode *alpha cronbach* dengan menggunakan SPSS:

1. *Install* aplikasi *program* SPSS.
2. Masukkan data-data yang telah disiapkan berupa kuesioner kedalam *variable view* dan *data view*. [14]

Survey Fuzzyservqual ini menggunakan Lima (5) untuk mengukur kepuasan konsumen untuk pelayanan jasa, terdiri dari: Sangat tidak penting, tidak penting, cukup penting, penting, sangat penting dan untuk harapan terdiri dari: Sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.



Gambar 1. Penentuan Nilai *Fuzzy Set*

2.4 Fuzzyfikasi dan Defuzzyfikasi

Dalam proses ini perhitungan fuzzyfikasi dilakukan untuk mendapatkan nilai batas (c), batas sedang (a) dan batas atas (b), yang merupakan nilai dari segitiga bilangan *fuzzy*. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai *fuzzyfikasi* sebagai berikut:

$$\text{Batas bawah(c)} = \frac{bi1*n1 + bi2*n2 + bi3*n3 + \dots + bi(k-l)*nk}{n1 + n2 + n3 + \dots + nk} \quad (4)$$

$$\text{Batas tengah (a)} = \frac{bi1*n1 + bi2*n2 + bi3*n3 + \dots + bik*nk}{n1 + n2 + n3 + \dots + nk} \quad (5)$$

$$\text{Batas atas (b)} = \frac{bi1*n1 + bi3*n2 + \dots + bik*ni(k-1) + bik*nk}{n1 + n2 + n3 + \dots + nk} \quad (6)$$

Keterangan:

bi = rata-rata nilai fuzzy set per tingkat kepentingan

n = jumlah responden per tingkat kepentingan



Defuzzyfikasi ini dilakukan untuk mendapatkan nilai tunggal yang representatif. Berikut adalah rumus *defuzzyfikasi* untuk tingkat persepsi pada setiap indikator pernyataan dengan menggunakan rumus *arithmetic mean* sebagai berikut [15]:

$$\mu A \cap B = (\mu A[x] + \mu B[y]) / 2 \tag{7}$$

Keterangan:

A : Batas tengah

B : Batas atas

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Penulis melakukan penyebaran kuesioner secara online, pemilihan responden dilakukan dengan teknik *convenience sampling* yang dilakukan sebanyak 100 responden dengan mengisi jawaban pada *google* formulir. Jawaban responden pelanggan PT Namora Transindo Jaya dari 100 responden semua terhitung valid dan bisa dijadikan sampel. Untuk jenis kuesioner memakai skala likert dengan nilai 1 - 5.

3.2 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas

3.2.1 Uji Validitas Kinerja

Uji Validitas kuesioner dirancang dengan bantuan *software* SPSS 22 yang dilakukan kepada 100 responden. Setiap atribut pada kuesioner di uji validitasnya dengan membandingkan r hasil untuk setiap item yang dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation* pada *output* SPSS. Angka tersebut kemudian dibandingkan dengan angka korelasi nilai n dari tabel dengan $df = n-2$. Jika hasil r hitung > r tabel, maka atribut tersebut dikatakan valid. Sesuai dengan tabel angka dengan tingkat menggunakan taraf signifikan 10% dengan N = 100 dan $df=98$, diperoleh nilai r tabel adalah 0.1638 atau 0.164. Rangkuman uji Validitas Kinerja *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibility* pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kinerja *Tangible*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Tan1	0.869	0.164	Valid
Tan2	0.728	0.164	Valid
Tan3	0.841	0.164	Valid
Tan4	0.672	0.164	Valid
Tan5	0,846	0.164	Valid

Berdasarkan tabel 3 hasil uji validitas variabel *Tangible* dari 100 responden nilai korelasi lebih besar dari 0.164 sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan semua item variabel *tangibility* adalah *valid*.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kinerja *Reliability*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Rel1	0.481	0.164	Valid
Rel2	0.824	0.164	Valid
Rel3	0.757	0.164	Valid
Rel4	0.85	0.164	Valid
Rel5	0,757	0.164	Valid

Berdasarkan tabel 4 hasil uji validitas variabel *reliability* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0.164 sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan semua item variabel *reliability* adalah *valid*.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kinerja *Responsiveness*

Item	Rhitung	rtabel	Keterangan
Res1	0.809	0.164	Valid
Res2	0.754	0.164	Valid
Res3	0.805	0.164	Valid
Res4	0.750	0.164	Valid

Berdasarkan tabel 5 hasil uji validitas variabel *responsiveness* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0.164 sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan semua item variabel *responsiveness* adalah *valid*.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kinerja *Assurance*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Ass1	0.786	0.164	Valid

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Ass2	0.656	0.164	Valid
Ass3	0.558	0.164	Valid
Ass4	0.297	0.164	Valid
Ass5	0.622	0.164	Valid
Ass6	0.748	0.164	Valid
Ass7	0.656	0.164	Valid

Berdasarkan tabel 6 hasil uji validitas variabel *assurance* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0.164 sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua item variabel *assurance* adalah *valid*.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Kinerja *Empathy*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Emp1	0.684	0.164	Valid
Emp2	0.511	0.164	Valid
Emp3	0.800	0.164	Valid
Emp4	0.472	0.164	Valid
Emp5	0.800	0.164	Valid

Berdasarkan tabel 7 hasil uji validitas variabel *empathy* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0.164 sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan semua item variabel *empathy* adalah *valid*.

3.3.2 Uji Validitas Harapan

Uji Validitas kuesioner menggunakan bantuan *software* SPSS 22 yang dilakukan 100 responden. Setiap atribut pada kuesioner di uji validitasnya dengan cara membandingkan r hasil untuk setiap item yang dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation* pada keluaran SPSS. Angka kemudian dibandingkan dengan angka korelasi nilai n dari tabel dengan $df = n-2$. Jika hasil r hitung > r tabel, maka atribut tersebut dikatakan valid. Berdasarkan tabel angka kritik dengan tingkat menggunakan taraf signifikan 10% dengan $N = 100$ dan $df=98$, diperoleh nilai r tabel adalah 0.1638 atau 0.164. Rangkuman uji Validitas Harapan *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible* pada tabel dibawah ini:

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Harapan *Tangible*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Tan1	0.823	0.164	Valid
Tan2	0.725	0.164	Valid
Tan3	0.841	0.164	Valid
Tan4	0.682	0.164	Valid
Tan5	0.844	0.164	Valid

Berdasarkan tabel 8 hasil uji validitas variabel *tangible* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0.164 sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan semua item variabel *tangible* adalah *valid*.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Harapan *Reliability*

Item	ritung	rtabel	Keterangan
Rel1	0.472	0.164	Valid
Rel2	0.754	0.164	Valid
Rel3	0.677	0.164	Valid
Rel4	0.797	0.164	Valid
Rel5	0.744	0.164	Valid

Berdasarkan tabel 9 hasil uji validitas variabel *reability* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0.164 sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua item variabel *reability* adalah *valid*.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Harapan *Responsiveness*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Res1	0.756	0.164	Valid
Res2	0.734	0.164	Valid
Res3	0.696	0.164	Valid
Res4	0.764	0.164	Valid

Berdasarkan tabel 10 hasil uji validitas variabel *responsiveness* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0.164 sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua item variabel *responsiveness* adalah *valid*.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Harapan *Assurance*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Ass1	0.617	0.164	Valid
Ass2	0.733	0.164	Valid
Ass3	0.513	0.164	Valid
Ass4	0.589	0.164	Valid
Ass5	0.664	0.164	Valid
Ass6	0.703	0.164	Valid
Ass7	0.730	0.164	Valid

Berdasarkan tabel 11 hasil uji validitas variabel *assurance* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0.164 sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua item variabel *assurance* adalah *valid*.

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Kinerja *Empathy*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Emp1	0.433	0.164	Valid
Emp2	0.293	0.164	Valid
Emp3	0.444	0.164	Valid
Emp4	0.377	0.164	Valid
Emp5	0.428	0.164	Valid

Berdasarkan tabel 12 hasil uji validitas variabel *empathy* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi lebih besar dari 0.164 sehingga hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa semua item variabel *empathy* adalah *valid*.

3.3.3 Uji Kinerja Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Alpha Cronbach*. Analisis dengan menggunakan dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* yang diolah melalui program SPSS 22. Nilai alpha harus lebih besar dari 0,60 dan dapat dikatakan reliabel

Tabel 13. Hasil Uji Reabilitas Kinerja

Dimensi	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	0.847	Reliabel
<i>Reliability</i> (keandalan)	0.792	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	0.785	Reliabel
<i>Assurance</i> (Jaminan)	0.730	Reliabel
<i>Empathy</i> (Perhatian)	0.651	Reliabel

Berdasarkan tabel 13 hasil uji variabel uji reabilitas *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi di atas 0,60, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas adalah reliabel.

3.3.4 Uji Harapan Reabilitas

Tabel 14. Hasil Uji Reabilitas Harapan

Dimensi	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	0.837	Reliabel
<i>Reliability</i> (keandalan)	0.731	Reliabel
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	0.721	Reliabel
<i>Assurance</i> (Jaminan)	0.799	Reliabel
<i>Empaty</i> (Perhatian)	0.813	Reliabel

Berdasarkan tabel 14 hasil uji reabilitas *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* dari 100 responden diperoleh nilai korelasi di atas 0,60, menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas adalah reliabel.

3.4 Fuzzyfikasi dan Defuzzyfikasi

Fuzzy triangle fuzzy number (TFN) adalah dimana *triangular fuzzy number* (TFN) adalah range nilai dalam bobot respon seorang responder. TFN terdiri dari tiga batas: batas bawah (a), nilai rata-rata (b), dan batas atas (c). Setiap opsi diberikan rentang nilai yang dihitung menggunakan rumus untuk menentukan TFN.

Nilai batas bawah (a):

$$\begin{aligned} \text{Nilai batas bawah} &: \frac{1(0) + 3(0) + 5(30) + 7(51) + 9(19)}{0 + 0 + 30 + 51 + 19} \\ &: \frac{0 + 0 + 150 + 357 + 171}{100} \\ &: 678 \end{aligned}$$



$$\begin{aligned}
 &100 \\
 &: 6,78 \\
 \text{Nilai batas tengah} &: \frac{2.5(0) + 4.4(0) + 6.5(30) + 8.5(51) + 10.5(19)}{0 + 0 + 30 + 51 + 19} \\
 &: \frac{0 + 0 + 195 + 433.5 + 199.5}{100} \\
 &: \frac{828}{100} \\
 &: 8,28
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai batas atas} &: \frac{4(0) + 6(0) + 8(30) + 10(51) + 12(19)}{0 + 0 + 30 + 51 + 19} \\
 &: \frac{0 + 0 + 240 + 510 + 228}{100} \\
 &: \frac{978}{100} \\
 &: 9,78
 \end{aligned}$$

Untuk proses selanjutnya dilakukan *defuzzyfikasi* dengan melakukan perhitungan nilai *arithmetic mean* dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 &: \frac{8,28 + 9,78}{2} \\
 &: \frac{18,06}{2} \\
 &: 9,03
 \end{aligned}$$

Perhitungan selanjutnya dihitung menggunakan microsoft excel dan diperoleh hasil seperti tabel berikut ini:

Tabel 15. *Defuzzyfikasi* Kinerja Pelayanan

Dimensi	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi
	c	A	b	
Tan1	6,78	8,28	9,78	9,03
Tan2	7,24	8,74	10,24	9,49
Tan3	6,8	8,3	9,8	9,05
Tan4	7,06	8,56	10,06	9,31
Tan5	6,68	8,179	9,68	8,93
Rel1	8,1	9,6	11,1	10,35
Rel2	7,22	8,72	10,22	9,47
Rel3	6,78	8,28	9,78	9,03
Rel4	7,3	8,8	10,3	9,55
Rel5	6,78	8,28	9,78	9,03
Res1	7,44	8,94	10,44	9,69
Res2	6,68	8,179	9,68	8,93
Res3	7,18	8,68	10,18	9,43
Res4	6,72	8,219	9,72	8,97
Ass1	7,34	8,84	10,34	9,59
Ass2	6,78	8,28	9,78	9,03
Ass3	8,12	9,619	11,12	10,37
Ass4	6,82	8,32	9,82	9,07
Ass5	8,1	9,6	11,1	10,35
Ass6	7,2	8,7	10,2	9,45
Ass7	6,78	8,28	9,78	9,03
Emp1	7,3	8,8	10,3	9,55
Emp2	6,78	8,28	9,78	9,03
Emp3	8,3	9,8	11,3	10,55
Emp4	7,74	9,39	11,04	10,22
Emp5	8,3	9,8	11,3	10,55

Tabel 16. *Defuzzyfikasi*Harapan Pelayanan

Dimensi	Fuzzyfikasi			Defuzzyfikasi
	C	A	b	
Tan1	6,66	8,16	9,66	8,91
Tan2	7,24	8,74	10,24	9,49



Dimensi	Fuzzyfikasi		Defuzzyfikasi	
Tan3	6,8	8,3	9,8	9,05
Tan4	7,04	8,54	10,04	9,29
Tan5	6,68	8,179	9,68	8,93
Rel1	8,1	9,6	11,1	10,35
Rel2	7,24	8,74	10,24	9,49
Rel3	6,86	8,36	9,86	9,11
Rel4	7,28	8,78	10,28	9,53
Rel5	6,82	8,32	9,82	9,07
Res1	7,08	8,58	10,08	9,33
Res2	7,22	8,72	10,22	9,47
Res3	7,32	8,97	10,62	9,80
Res4	6,8	8,299	9,8	9,05
Ass1	7,4	8,9	10,4	9,65
Ass2	6,84	8,34	9,84	9,09
Ass3	7,06	8,559	10,06	9,31
Ass4	7,4	8,9	10,4	9,65
Ass5	7,1	8,6	10,1	9,35
Ass6	7	8,5	10	9,25
Ass7	6,78	8,28	9,78	9,03
Emp1	6,84	8,34	9,84	9,09
Emp2	6,94	8,44	9,94	9,19
Emp3	6,92	8,42	9,92	9,17
Emp4	6,72	8,22	9,72	8,97
Emp5	6,7	8,199	9,7	8,95

3.5 Gap Service Quality

Hasil perhitungan nilai *Servqual gap* atau kesenjangan pada pelayanan yang diberikan oleh PT Namora Transindo Jaya. Kesenjangan, atau peran kesenjangan dalam kriteria, akan memberikan harapan betapa pentingnya peran kriteria ini dalam memberikan peningkatan kualitas layanan yang diberikan kepada klien.

Tabel 17. Hasil Uji Perhitungan *Gap Servqual* Antar Atribut

No	Atribut	Defuzzyfikasi		Gap	Ranking
		Kinerja	Harapan		
1	Tan1	9,03	8,91	0,12	18
2	Tan2	9,49	9,49	0,00	12
3	Tan3	9,05	9,05	0,00	13
4	Tan4	9,31	9,29	0,02	16
5	Tan5	8,93	8,93	0,00	14
6	Rel1	10,35	10,35	0,00	11
7	Rel2	9,47	9,49	-0,02	9
8	Rel3	9,03	9,11	-0,08	5
9	Rel4	9,55	9,53	0,02	17
10	Rel5	9,03	9,07	-0,04	10
11	Res1	9,69	9,33	0,36	20
12	Res2	8,93	9,47	-0,54	2
13	Res3	9,43	9,80	-0,37	3
14	Res4	8,97	9,05	-0,08	6
15	Ass1	9,59	9,65	-0,06	7
16	Ass2	9,03	9,09	-0,06	8
17	Ass3	10,37	9,31	1,06	23
18	Ass4	9,07	9,65	-0,58	1
19	Ass5	10,35	9,35	1,00	22
20	Ass6	9,45	9,25	0,20	19
21	Ass7	9,03	9,03	0,00	15
22	Emp1	9,55	9,09	0,46	21
23	Emp2	9,03	9,19	-0,16	4
24	Emp3	10,55	9,17	1,38	25
25	Emp4	10,22	8,97	1,25	24
26	Emp5	10,55	8,95	1,60	26
Rata-rata Gap				0.21	



Dari perhitungan *gap* secara keseluruhan berdasarkan tabel diatas maka rata – rata perhitungan kriteria untuk *gap* diantara harapan dengan persepsi pelanggan yang dihitung di PT Namora Transindo Jaya maka dihasilkan tingkat kepuasan pelanggan yaitu 0.21 yang bisa diartikan bahwaharapan pelanggan terlampaui yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas perusahaantersebut dimata konsumen atau pelanggan.

Nilai *gap service quality* tertinggi terdapat pada atribut Ass4 yaitu karyawan selalu bersikap ramah, sopan dan memberikan senyum kepada pelanggan dengan nilai Gap = -0.58. Sedangkan nilai *gap service quality* terendah terdapat pada atribut Emp5 yaitu Karyawan tidak membeda bedakan pelanggan dan memberikan perhatian yang sama, dengan nilai Gap = 1.60.

Dari hasil perhitungan nilai *gap service quality*, maka dapat diurutkan prioritas perbaikan PT Namora Transindo Jaya yang dapat ditingkat oleh pihak perusahaan yaitu sebagai berikut:

Tabel 18. Hasil Prioritas Perbaikan Pelayanan

No	Atribut	Gap
1	Karyawan selalu bersikap ramah, sopan dan memberikan senyum kepada pelanggan	-0,58
2	Karyawan PT Namora Transindo Jaya dengan pasti mengirimkan barang tepat waktu	-0,54
3	Karyawan Sudah mengutamakan kebutuhan pelanggan	-0,37
4	Pelayanan Customer Care PT Namora Transindo Jaya cepat	-0,16
5	Prosedur pengiriman barang apakah memudahkan pelanggan	-0,08
6	PT Namora Transindo Jaya merespon dengan cepat apabila ada pelanggan ingin menggunakan jasa	-0,08
7	Karyawan PT Namora Transindo Jaya membuat rasa percaya para pelanggan	-0,06
8	Sistem yang digunakan PT Namora Transindo Jaya sudah berjalan dengan baik	-0,06
9	Karyawan PT Namora Transindo Jaya mengirimkan barang secara benar dan tepat waktu dari awal mengirim barang.	-0,02
10	Sistem pembayaran biaya pengiriman paket dan dokumen mudah dilakukan	-0,04

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat atribut – atribut apa saja yang diperlukan untuk perbaikan atribut yang perlu di prioritaskan dalam perbaikan pelayanan kedepannya.

3.6 Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas yang akan dilakukan perbaikan oleh PT Namora Transido Jaya maka perlu dilakukan analisis tingkat kepentingan atribut dengan bantuan diagram kartesius. Analisis ini menggunakan data tingkat kepentingan/harapan konsumen dan tingkat kepuasan/persepsi. Analisis ini menggunakan data tingkat kinerja/harapan konsumen dan tingkat kepuasan/persepsi.

Tabel 19. Nilai Rata – Rata Pernyataan

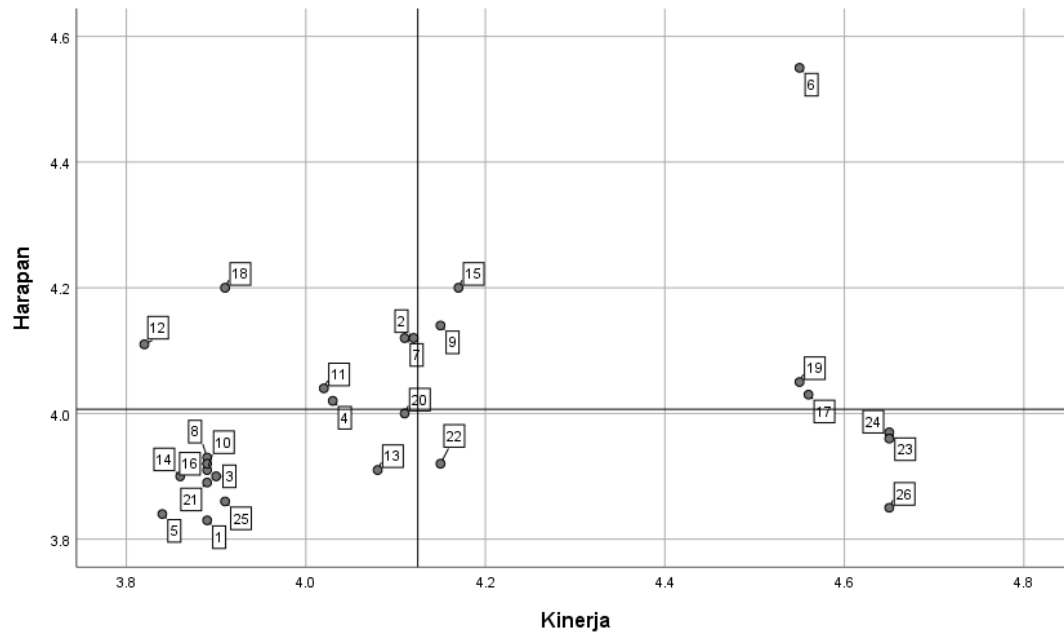
No	Pernyataan	Rata-rata Tingkat Kinerja	Rata-rata Tingkat Harapan
1	Tan1	3.89	3.83
2	Tan2	4.12	4.12
3	Tan3	3.90	3.90
4	Tan4	4.03	4.02
5	Tan5	3.84	3.84
6	Rel1	4.55	4.55
7	Rel2	4.11	4.12
8	Rel3	3.89	3.93
9	Rel4	4.15	4.14
10	Rel5	3.89	3.91
11	Res1	4.02	4.04
12	Res2	3.82	4.11
13	Res3	4.08	3.91
14	Res4	3.86	3.90
15	Ass1	4.17	4.20
16	Ass2	3.89	3.92
17	Ass3	4.56	4.03
18	Ass4	3.91	4.20
19	Ass5	4.55	4.05
20	Ass6	4.11	4.00
21	Ass7	3.89	3.89
22	Emp1	4.15	3.92
23	Emp2	4.65	3.97
24	Emp3	4.65	3.96
25	Emp4	3.91	3.86
26	Emp5	4.65	3.85

Nilai Rata – rata

4.14

4.01

Berikut hasil pemetaan masing – masing atribut pada diagram *Importance Performance Analysis (IPA)*:



Gambar 2. Hasil Perbandingan *Importance Performance Analysis (IPA)*

1. **Prioritas Utama (*Concentrate Here*)**

Menunjukkan faktor atau dimensi yang dianggap penting mempengaruhi unsur – unsur kepuasan pelanggan, namun pihak perusahaan belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan sehingga pelanggan tidak puas. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah karyawan berpenampilan rapi dan menarik memakai seragam kantor dan bersih, tersedia tempat parkir yang aman untuk pelanggan baik mobil dan sepeda motor, karyawan mengirimkan barang secara benar dan tepat waktu dari awal mengirim barang, daya tanggap karyawan dan pengetahuannya apakah sudah membantu dalam menanggapi keluhan konsumen dengan cepat, karyawan dengan pasti mengirimkan barang tepat waktu, karyawan selalu bersikap ramah, sopan dan memberikan senyum kepada pelanggan.

2. **Mempertahankan Prestasi (*Keep Up The Good Work*)**

Membagikan dimensi di kuadran atribut – atribut serta diharapkan menjadi faktor penunjang kepuasan konsumen sebagai akibatnya perusahaan wajib buat mempertahankan prestasi kinerja. Atribut yang termasuk mempertahankan prestasi kinerja antara lain harga jasa pengiriman sesuai dengan kualitas pelayanan yang dijanjikan dan harga yang terjangkau, *customer care* sebagai wadah untuk menampung masalah keluhan pelanggan apakah sangat membantu pelanggan untuk menyampaikan keluhan, karyawan membuat rasa percaya para pelanggan, karyawan melayani dan memberikan jawaban kepada pelanggan dengan baik, paket atau dokumen diterima dengan utuh tidak ada kerusakan apapun.

3. **Prioritas Rendah (*Low Priority*)**

Menunjukkan dimensi pada kuadran atribut – atribut yang mempunyai tingkat persepsi atau kinerja aktual yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan tidak perlu fokus dan dianggap kepuasan rendah. Atribut yang masuk dalam kategori prioritas rendah adalah fasilitas kantor bersih dan rapi ruang tunggu yang nyaman bersih, rapi, bebas dari asap rokok, dan menunggu antrian tidak menunggu lebih dari sepuluh menit, alat transportasi untuk pengiriman paket atau dokumen sudah layak dan memadai, prosedur pengiriman barang apakah memudahkan pelanggan, sistem pembayaran biaya pengiriman paket dan dokumen mudah dilakukan, pelayanan *customer care* cepat, respon dengan cepat apabila ada pelanggan ingin menggunakan jasa, sistem yang digunakan sudah berjalan dengan baik, paket atau dokumen pasti terkirim sesuai tempat tujuan, karyawan dapat berkomunikasi dengan baik dengan konsumen.

4. **Berlebihan (*Possibly Overkill*)**

Menunjukkan dimensi pada kuadran ini atribut – atribut dianggap tidak terlalu penting akan tetapi pelaksanaannya berlebihan dan sangat memuaskan. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah karyawan memberikan perhatian kepada pelanggan dengan baik, karyawan sudah mengutamakan kebutuhan pelanggan, karyawan mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, karyawan tidak membedakan pelanggan dan memberikan perhatian yang sama.



4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis yang digunakan dengan menggunakan *Fuzzy Servqual* penelitian yang telah dilakukan penulis maka dapat diambil kesimpulan berdasarkan perhitungan *gap* secara keseluruhan berdasarkan tabel diatas maka rata – rata perhitungan kriteria untuk *gap* diantara harapan dengan persepsi pelanggan yang dihitung di PT Namora Transindo Jaya maka dihasilkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 0,21 yang berarti harapan pelanggan terlampaui yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas perusahaan tersebut dimata konsumen atau pelanggan. Atribut yang dinilai paling tinggi dengan nilai *gap* sebesar 1,60 dimensi *empati (empati)* yaitu karyawan tidak membedakan pelanggan dan memberikan perhatian yang sama sedangkan atribut paling buruk dengan nilai *gap* sebesar -0,58 dimensi jaminan (*assurance*), yaitu karyawan selalu bersikap ramah, sopan dan memberikan senyum kepada pelanggan. Berdasarkan analisis *servqual* dengan pemetaan atribut menggunakan diagram kartesius (*importance performance analysis*) disimpulkan atribut atribut ini perlu dilakukan perbaikan seperti : karyawan berpenampilan rapi dan menarik memakai seragam kantor dan bersih, tersedia tempat parkir yang aman untuk pelanggan baik mobil dan sepeda motor, karyawan mengirimkan barang secara benar dan tepat waktu dari awal mengirim barang, daya tanggap karyawan dan pengetahuan nya apakah sudah membantu dalam menanggapi keluhan konsumen dengan cepat, karyawan dengan pasti mengirimkan barang tepat waktu, karyawan selalu bersikap ramah, sopan dan memberikan senyum kepada pelanggan.

REFERENCES

- [1] A. Rafsanjani and Sutopo, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Menciptakan Minat Mereferensikan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Coffe & Waffle Di Semarang),” *Diponegoro J. Manag.*, vol. 6, no. 1, pp. 1–14, 2017.
- [2] I. Chairani, “Dampak Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Gender Di Indonesia,” *J. Kependud. Indones.*, vol. 2902, p. 39, 2020, doi: 10.14203/jki.v0i0.571.
- [3] Y. Murdianto, R. I. Rochmawati, and A. R. Perdanakusuma, “Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang),” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 3, no. 1, pp. 603–612, 2019.
- [4] M. . Dr. Asmara Indahingwati, S.E., S.Pd., *KEPUASAN KONSUMEN DAN CITRA INSTITUSI KEPOLISIAN PADA KUALITAS LAYANAN SIM CORNER DI INDONESIA*. PENERBIT: CV.Jakad Media Publishing, 2019.
- [5] Y. Prananda, D. R. Lucitasari, and M. S. Abdul Khannan, “Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan,” *Ops*, vol. 12, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.31315/opsi.v12i1.2827.
- [6] M. Dr. Hj. Mu’ah, SE, *KUALITAS LAYANAN RUMAH SAKIT Terhadap Emosi dan Kepuasan Pasien*. Penerbit: Zifatama Jawa, 2021.
- [7] M. S. Sellang, Kamaruddin, S.Sos., M.AP. DR. H. Jamaluddin, S.Sos, M.Si. Mustanir, Ahmad, S.I.P., *STRATEGI DALAM PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK Dimensi, Konsep, Indikator dan Implementasinya*. Penerbit Qiara Media, 2019.
- [8] I. Z. Adhari, “Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust,” pp. 40–46, 2021, [Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/KEPUASAN_PELANGGAN_PENCAPAIAN_BRAND_TRUS/Z5ZCEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1.
- [9] N. Lia and A. A. N. E. S. Gorda, “3 , September 2018,” *Harapan Pasien, Kompetensi Pegawai, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien*, vol. 15, no. 3, pp. 118–134, 2018.
- [10] GAMAL THABRONI, “Instrumen Penelitian: Pengertian, Kriteria & Jenis,” <https://serupa.id/instrumen-penelitian/>, 2021. .
- [11] A. Saryoko, M. Badrul, K. Kunci, and T. Kepuasan, “Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pembelian Tiket Kereta Api Secara Online,” *J. Ind. Serv.*, vol. 3, no. 8, pp. 162–167, 1254.
- [12] Sumberperngertian.id, “Pengertian Populasi dan Sampel Menurut Para Ahli,” *Sumberperngertian.id*, 2020. .
- [13] D. Tantoroputro, “Kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen cerah jaya abadi,” *J. Manaj. dan Start-up Bisnis*, vol. 2, no. April, pp. 20–25, 2017.
- [14] H. Halin, “EcoMent Global 167,” *Hamid Halin*, vol. 3, pp. 167–182, 2018.
- [15] E. Sutinah and O. R. Simamora, “Metode Fuzzy Servqual Dalam Mengukur Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Layanan BPJS Kesehatan,” *J. Inform.*, vol. 5, no. 1, pp. 90–101, 2018, doi: 10.31311/ji.v5i1.2944.