

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality Pada Aplikasi Go-US

by 09031381924090 Djulita Syahrani Rinata

Submission date: 25-Jan-2024 05:23PM (UTC+0700)

Submission ID: 2278106484

File name: RVICE_QUALITY_PADA_APLIKASI_GO-US_-_Djulita_Syahrani_Rinata.docx (373.33K)

Word count: 5495

Character count: 31244

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis yang pesat seperti saat ini sangat berdampak untuk kehidupan sehari-hari, dimana perusahaan harus mengubah pola pikir dalam memenuhi kebutuhan sesuai keinginan pelanggan. Tidak bisa dipungkiri bahwa setiap pelanggan saat ini memiliki kemampuan yang baik dalam mencari produk/jasa yang mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Perkembangan teknologi yang besar juga memberikan dampak untuk perusahaan, tanpa terkecuali, perusahaan yang menjalankan bisnis *online*. Tuntutan akan berbagai aktivitas yang padat membuat penyedia layanan transportasi *online* sangat digemari oleh masyarakat karena dianggap dapat memenuhi kebutuhan dengan mudah, nyaman, dan cepat dibandingkan angkutan umum biasa, salah satunya adalah aplikasi Go-Us.

Go-US berada dikawasan kampus Universitas Sriwijaya di Indralaya yang memudahkan mahasiswa dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Go-US sendiri memberikan bermacam-macam layanan yakni ojek mahasiswa, memesan makanan, berbelanja, mengirimkan barang dan lain-lainnya. Sejak berdiri sebagai perusahaan layanan jasa transportasi, Go-US sendiri selalu memberikan layanan yang berbeda daripada perusahaan transportasi biasa. Tetapi, secara bersamaan juga banyak bermunculan pesaing-pesaing lain yang bisa saja mengancam popularitas Go-US. Maka dari itu, untuk selalu bisa bersaing dengan perusahaan layanan transportasi

lainnya, Go-US harus bisa menjaga performa dan menciptakan fitur baru yang mungkin berbeda dengan pesaing sejenis. (Hito, 2018)

Pendapat mahasiswa tentang layanan yang diberikan sangat penting untuk dipertimbangkan dalam pengembangan Go-US. Pihak Go-US akan dapat mengetahui dan menilai kualitas layanan yang telah diberikan, dan layanan ini kemudian akan dinilai sebagai sarana untuk meningkatkan standar layanan secara konsisten. Saat seorang konsumen atau dalam contoh ini adalah mahasiswa, merasa bahwa mereka menerima layanan yang baik, mereka akan dengan mudah berbagi persepsi ini dengan orang lain. Kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan harapan mahasiswa sebagai pelanggan, artinya kepuasan mahasiswa juga terpenuhi. Pelayanan yang baik dan berkualitas menjadi nilai dari pelayanan yang diberikan oleh driver atau aplikasi Go-US sendiri, juga perasaan nyaman saat menggunakan aplikasi. (Lestari & Untari, 2019)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara secara langsung, masih banyak permasalahan yang dikeluhkan oleh para pelanggan Go-US. Diantaranya sistem yang digunakan Go-us saat ini adalah media sosial line, yang dalam penggunaannya aplikasi tersebut kurang efektif karena form pesanan tidak secara otomatis. Selain itu aplikasi juga belum terhubung langsung dengan map, sehingga sering kali pelanggan dan driver salah pemahaman. Dari beberapa masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan akan dilakukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

Metode Servqual atau *Service Quality* adalah suatu kuesioner yang berguna untuk melakukan pengukuran kualitas pelayanan. Pada tahun 1980-an, metode ini

mulai dikembangkan oleh beberapa ahli seperti Zeithaml, Parasuraman dan Berry untuk melakukan pengukuran kualitas jasa, hingga pada tahun ini masih digunakan untuk melakukan pengukuran sebuah aplikasi. Suatu kuesioner dapat mengungkap kesenjangan antara harapan pelanggan dan ekspektasi produk layanan. Kuesioner Servqual juga dapat disesuaikan dengan industri jasa tertentu, seperti bank, restoran, dan perusahaan telekomunikasi. (Cahyo, 2021)

Dalam kasus ini, dilakukan pengukuran kepuasan pelanggan yang menggunakan metode *Service Quality (Servqual)*. Metode *Service Quality (Servqual)* memiliki keunggulan dibandingkan metode lainnya, seperti kemampuan untuk menentukan nilai gap (nilai kualitas layanan) dari setiap atribut kebutuhan, kemampuan untuk mengamati bagaimana ekspektasi dan harapan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan, dan kemampuan untuk menentukan atribut mana yang harus menjadi fokus perbaikan di masa yang akan datang, maka metode *Servqual* telah menjadi evaluasi terstandarisasi untuk berbagai dimensi kualitas layanan, banyak penelitian yang telah menunjukkan kevalidan metode ini untuk berbagai konteks layanan, dan kuesioner *Servqual* dapat diandalkan, yang mengindikasikan bahwa responden mempersepsikan pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan cara yang sama. (Winarno & Absor, 2018)

Berdasarkan penjelasan diatas penulis pun ingin membuat tugas akhir dengan judul **“Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Service Quality* Pada Aplikasi Go-Us”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kesenjangan antara kinerja dan harapan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan aplikasi Go-US dan rider Go-US?
2. Apa yang menjadi atribut prioritas pengembangan aplikasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada aplikasi Go-US?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kesamaan antara tanggapan dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.
2. Untuk mengetahui kriteria faktor sebagai prioritas utama untuk bahan penilaian di tingkatannya kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Dapat mengetahui bahan penilaian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada aplikasi Go-US.
2. Dapat mengetahui kepuasan pelanggan terhadap penggunaan aplikasi Go-US.

1.5 Batasan Masalah

1. Objek penelitian adalah hanya layanan Go-ride.
2. Meneliti kinerja dan harapan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan layanan Go-ride.
3. Informasi yang dikumpulkan adalah informasi tentang seberapa puas pelanggan terhadap layanan Go-Ride dengan metode *service quality*.

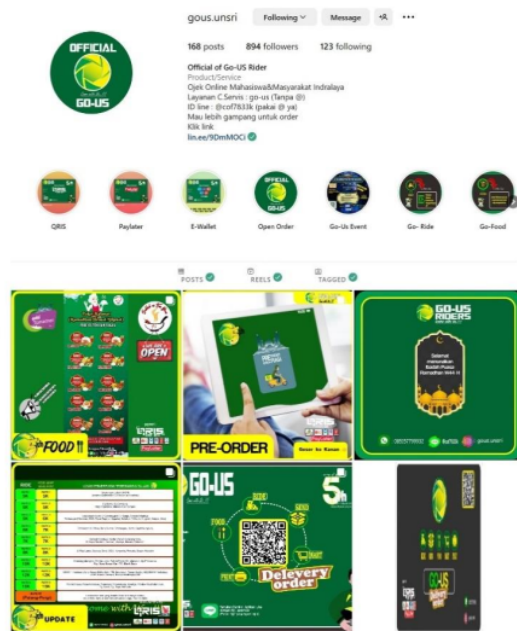
BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Analisa Peningkatan Pelayanan Pembelajaran Darin (<i>Online</i>) dengan Implementasi Metode <i>Service Quality</i> (Servqual) dan <i>Importance Perfomance Analysis</i> di SMA Negeri 3 Tuban	Fibio Isnando Hariatmaja Pradana, dan Rr. Rochmeoljati	Menunjukkan bahwa gap dari atribut negative yang berarti kualitas pelayanan yang diberikan belum memuaskan dengan harapan para siswa. Apabila ingin melakukan perbaikan ada beberapa saran yang harus dilakukan yaitu memberikan tugas secara beragam, mengubah sistem tugas secara individu atau kelompok, membuat tugas ppt, dan memberikan deadline untuk setiap tugas yang diberikan
2.	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Sepatu <i>Converse</i>	Suci Fika Widiana dan Herdin	Menurut dalam penelitian, mendapatkan hasil memiliki kesenjangan antara respon dan harapan pelanggan. Dari kelima dimensi juga memiliki nilai gap yang berbeda dan saran peningkatan pelayanan, pada dimensi bukti fisik perlunya mempertahankan karyawan yang selalu menggunakan <i>nametag</i> agar pelanggan mengetahui jelas identitas karyawan, dimensi keandalan untuk mengirimkan barang sesuai dengan deadline waktu yang ditentukan, dimensi daya tanggap agar selalu menjaga pelayanan yang diberikan supaya pelanggan merasa puas, dimensi jaminan barang yang dikirimkan agar tiba di tempat yang sesuai, dan dimensi empati agar karyawan menjaga kepedulian kepada pelanggan
3.	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. POS Indonesia Cabang Belitang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan	Sari Oktamala dan Eva Zuraidah	Menurut dalam penelitian, mendapatkan hasil memiliki kesenjangan antara respon dan harapan pelanggan. Dari kelima dimensi juga memiliki nilai gap yang berbeda dan saran peningkatan pelayanan, pada dimensi bukti fisik perlunya

	Menggunakan Metode <i>Service Quality</i>		mempertahankan karyawan yang selalu menggunakan <i>nametag</i> agar pelanggan mengetahui jelas identitas karyawan, dimensi keandalan untuk mengirimkan barang sesuai dengan deadline waktu yang ditentukan, dimensi daya tanggap agar selalu menjaga pelayanan yang diberikan supaya pelanggan merasa puas, dimensi jaminan barang yang dikirimkan agar tiba di tempat yang sesuai, dan dimensi empati agar karyawan menjaga kepedulian kepada pelanggan
4.	Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode <i>Service Quality</i> dan IPA (Studi Kasus : Outlet Bebicare Desa Wiyung), (2022)	M. Robiul Nizar dan Gusti Adriansyah	Penelitian dimana pelanggan dari Bebicare mengatakan masih belum merasa puas dengan pelayanan yang bisa dilihat hasil dari nilai kinerja pegawai sebesar 4,09. Selain itu juga saran-saran yang diharapkan berupa, menu-menu yang disediakan seharusnya sesuai dengan daftar menu, mempromosikan melalui sosial media agar mudah mendapatkan informasi tentang Bebicare, selain itu fasilitas yang disediakan juga menjadi salah satu alasan nyaman pelanggan, dan terakhir diharapkan perusahaan lebih memahami keinginan pelanggan
5.	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode <i>Service Quality</i> di Sanjaya Fitner Jombang	Setiyo Wibowo dan Nur Muflihah	Memperoleh hasil dari metode <i>servqual</i> menunjukkan angka dengan rata-rata 1, artinya kualitas pelayanan yang diberikan sudah baik, sedangkan pada metode IPA masih ada beberapa atribut yang perlu ditingkatkan

2.2 Profil Go-US



Gambar 2. 1 Tampilan Instagram Go-US

Go-US merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan jasa transportasi online, namun Go-US masih beroperasi hanya disekitar Indralaya, Ogan Ilir dan kawasan kampus Universitas Sriwijaya. Go-US sendiri memiliki makna yaitu “Ayo Bersama Kami”, dan juga memiliki motto yaitu “Come With Us”. Berdiri sejak 1 November 2017, Go-US didirikan oleh 12 alumni dari Universitas Sriwijaya, diantaranya adalah Firdaus Akbar (SOS’12), Boby Yunanto (AGB’13), Azhimi (MIPA’12), Adi Suryan (SK’13), Herman (Tambang’14), Md Astrama (Ikom’15), Eko Hendra (AKT’15), Edo Wijaya (Tambang’14), Tony Wibisono (Hukum’11), Wahyudi Alaski (Mesin’14), M. Wahyu N Aji (AKT’15), dan Ryan (Elektro’14).

Berawal dari keinginan untuk mencari penghasilan tambahan dan membantu mahasiswa serta masyarakat Ogan Ilir untuk memenuhi kebutuhan

sehari-hari, Go-US bisa bertahan hingga saat ini. Waktu pelayanan Go-US dimulai dari pukul 06.00 s/d 22.00 WIB, namun diluar waktu pelayanan rider masih tersedia, orderan masih bisa dilakukan. Penentuan tarif Go-US diambil berdasarkan jarak titik awal penjemputan yaitu kampus. Tarif yang dikenakan untuk dilingkungan dalam UNSRI dan Gg. Buntu, Gg. Lampung, Griya Sejahtera, Mutiara 2 yaitu Rp. 5.000; selain dikawasan-kawasan tersebut akan dikenakan tarif mulai dari Rp. 6.000; hingga Rp. 15.000; tergantung jarak dari lokasi penjemputan ke lokasi tujuan.

Selain menyediakan Go-US Riders, Go-US juga melayani Go-US Food, Go-US Send, Go-US Mart, Go-US Print. Layanan yang sering digunakan oleh pelanggan adalah Go-ride, Go-food dan Go-send. Pada tahun 2018, GO-US memiliki 124 rider yang tercatat, setiap rider akan memiliki ID untuk dijadikan acuan untuk proses pemesanan ojek. Syarat untuk menjadi rider juga tidak terlalu sulit hanya memerlukan KTP, SIM, SKCK, KPM dan STNK, lalu mengisi formulir dan ditanda tanganin diatas materai 10000. Orderan yang masuk per hari sekitar 300-500 orderan.

Saat ini, Go-US masih belum mempunyai aplikasi dan masih menggunakan aplikasi line sebagai media komunikasi antar rider dan pelanggan. Pemilihan aplikasi line sebagai tool untuk menjalankan bisnis ini, dikarenakan aplikasi line tidak membutuhkan banyak biaya dan aplikasi line juga mendukung komunikasi 2 arah untuk layanan bisnis. Selain itu, penggunaan aplikasi line sebagai tool memiliki kelebihan seperti percakapan 2 arah untuk rider dan pelanggan dan juga mudah diakses, simpel dan praktis, namun juga memiliki kekurangan seperti jika

ada pesan masuk di room chat tidak diketahui siapa dan itu juga fungsi dari ID yang dimiliki oleh rider.

Menurut CEO Go-US, Firdaus Akbar, Go-US pernah mendapat keluhan dari pelanggan terkait penggunaan aplikasi line, seperti format order yang terlalu rumit, harus diketik satu per satu dan terkadang orderan tidak pasti. Selain itu, menurut Firdaus Akbar, penggunaan aplikasi line untuk transaksi ojek online kampus masih belum cukup baik, maka dari itu Go-US dengan senang menerima kritik dan saran yang diberikan pelanggan untuk dijadikan tolak ukur dari standar pelayanan Go-US dan dimasa depan Go-US dapat membangun aplikasi khusus untuk lebih memudahkan dalam transaksi pelayanan.

Berdasarkan penjelasan bagaimana rumitnya proses memesan pada aplikasi Go-US, berikut ini cara memesan di Go-US Riders sebagai berikut :

1. Buka Aplikasi Line
2. Pilih icon “Tambahkan Teman”
3. Pilih ID lalu ketik ID Line Go-US (@cof7833k)
4. Pilih Tambahkan
5. Pilih Obrolan
6. Pilih order yang diinginkan (Ride, Food, Send, Mart dan Print)
7. Contoh: Ride, Copy/Paste caption format
8. Atau pilih gambar “Ready to Order Now” yang berada di Tap disini
9. Lalu isi format Go-US sesuai dengan order yang diinginkan
10. Jika selesai mengisi format lalu kirimkan dan tunggu hingga ada Rider Go-US yang take orderan

2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Rangkuti (2002), kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap ketidaksamaan antara ekspektasi dan realita yang dirasakan setelah digunakan. Kepuasan pelanggan juga berdampak oleh kualitas jasa dan ditentukan oleh faktor-faktor seperti kualitas barang dan harga. (Prananda et al., 2019)

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan senang dan kecewa setelah membandingkan antara kinerja yang diharapkan dan kinerja yang dihasilkan. (Firmansyah, 2021)

Ada 4 faktor yang mempengaruhi kinerja dan harapan menurut Zeithaml (2003), yaitu sebagai berikut :

- a. Informasi yang dibagikan oleh pelanggan lain dari mulut ke mulut dapat memengaruhi harapan pelanggan (*word of mouth communication*).
- b. Harapan pelanggan dipengaruhi oleh kebutuhan dan preferensi individu (*personal needs*).
- c. Hal-hal yang telah terjadi sebelumnya (*past experience*).
- d. Berkomunikasi dengan kelompok atau individu luar (*external communication*).

2.4 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2009), Kualitas Pelayanan adalah atribut dan kualitas kolektif suatu produk atau layanan, yang sangat memengaruhi kapasitasnya untuk memenuhi keinginan secara langsung atau tidak langsung. (Fitri, 2020)

Kualitas layanan adalah seberapa baik layanan yang diberikan dan memenuhi harapan dari pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan juga bisa diwujudkan melalui dengan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan selain itu ketepatan penyampaian dalam mengimbangi keinginan pelanggan. (Jiwantara et al., 2012)

Kualitas pelayanan menurut Parasuraman (1988), Konsep kualitas pelayanan mungkin masih sulit dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki sifat tidak berwujud yang bersifat variabel dan tidak kekal, sekaligus diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. (Winarno & Absor, 2018)

Adapun dimensi kualitas untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2006) sebagai berikut :

1. Bukti Fisik (*tangibles*)

Bukti fisik (*tangibles*) adalah mencakup berbagai elemen yang disempurnakan dan canggih seperti infrastruktur fisik, peralatan canggih, staf, dan sarana komunikasi yang sangat efisien.

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat, tepat, dan memuaskan. Ini berarti bahwa perusahaan dengan tepat menyediakan barang-barang dari pertemuan awal. Selain itu, ini berarti bahwa perusahaan tersebut memenuhi komitmennya, seperti pengiriman barang seperti yang dipersetujui dalam jangka waktu yang telah ditetapkan.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya Tanggap (*Responsiveness*) adalah keinginan staf untuk membantu konsumen dan menawarkan layanan segera. Ini berarti karyawan menjadi berhati-hati dan proaktif dalam membantu pelanggan, memastikan pengendalian transaksi yang cepat, dan secara efektif menangani pertanyaan atau masalah.

4. Jaminan (*assurance*)

Asuransi (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, kejujuran, dan sifat dapat dipercaya oleh staf, memastikan tidak ada bahaya, risiko, atau keraguan. Dalam lingkungan yang sangat kompetitif, anggota perusahaan harus menunjukkan kompetensi yang lebih besar, menunjukkan keahlian dalam bidang spesifik mereka. IBM memprioritaskan aspek-aspek ini untuk teknis yang bertanggung jawab untuk instalasi dan layanan After-Sales. Faktor keamanan adalah hal penting, menjamin rasa aman dan jaminan.

5. Empati (*empathy*)

Empati (*empathy*) adalah kemampuan membangun hubungan, terlibat dalam komunikasi yang efektif, memberikan perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan. Setiap anggota tim harus memiliki keterampilan manajemen waktu yang baik agar mudah dihubungi baik melalui panggilan telepon maupun pertemuan tatap muka. Panggilan telepon harus dijawab dalam tiga kali percobaan. Penting untuk diketahui

bahwa pelanggan memiliki waktu terbatas dan tidak dapat menunggu dalam waktu lama.

2.5 Ojek Online

Ojek online merupakan layanan transportasi yang beroperasi melalui aplikasi online. Pengguna dapat menggunakan perangkat selulernya untuk memesan tumpangan dan terhubung dengan pengemudi yang kemudian akan mengantarkan mereka ke lokasi yang diinginkan.

Menurut Amirrudin (2019),⁸ ojek online merupakan angkutan umum yang sama dengan ojek pada umumnya, yang menggunakan sepeda motor sebagai sarana pengangkutan namun ojek online dapat dikatakan lebih maju karena telah terintegrasi dengan kemajuan teknologi.

Ojek Online merupakan ojek yang memanfaatkan teknologi melalui aplikasi smartphone sehingga memudahkan penggunanya untuk memesan pengemudi ojek. Layanan ini tidak hanya untuk keperluan transportasi tetapi juga memungkinkan untuk pembelian barang dan pemesanan makanan. Hal ini khususnya bermanfaat di kota-kota sibuk dimana kemacetan lalu lintas selalu menjadi masalah. Kehadiran ojek online membantu memperlancar aktivitas sehari-hari dengan merangkul kecanggihan teknologi. (Ferdila & Us, 2021)

2.6 ¹ Line Messenger

Line adalah sebuah aplikasi gratis yang memungkinkan untuk mengirim pesan teks, pesan suara, panggilan suara, mengirimkan gambar, video dan lain-lain, jika kita terhubung dengan internet. Line bisa

beroperasi pada bagian platform seperti tablet, smartphone maupun notebook atau komputer.

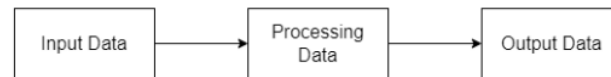
¹ Jejaring sosial *Line* merupakan salah satu aplikasi chatting yang sedang populer di dunia, sejak berdiri pada bulan maret 2011 line chat sudah mempunyai 300 juta pengguna diseluruh dunia dan 14 juta pengguna aktif di Indonesia. Line chat dikenal dengan keunikan menggunakan emoticon yang inovatif yang dikenal dengan Stiker, selain itu menawarkan fitur-fitur lain didalamnya seperti line games, line camera, line shopping dan lain-lain. (FA Farokatarina, 2015)

2.7 SPSS 26

SPSS (*Statistical Product and Services Solution*) adalah perangkat lunak pemrosesan data canggih yang melayani banyak tujuan, mulai dari operasi bisnis hingga penelitian internal dan upaya akademis. Pemanfaatan SPSS mencakup beragam metodologi, yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan spesifik dan kompleksitas berbagai tugas analitis.

- Bisnis untuk mendorong kemajuan perusahaan, yang mencakup upaya seperti melakukan survei kepuasan pelanggan dan dengan cermat menilai *cost and benefit*.
- Penelitian , penelitian atau *research* biasanya untuk berbagai keperluan baik akademis dan non akademis.

SPSS, alat serbaguna, memiliki banyak tujuan, mulai dari melakukan penelitian tentang korelasi, hubungan, dan pengaruh antar variabel hingga menentukan pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya. (Ghozali, 2018)



Gambar 2. 2 Proses Pengolahan Data SPSS

2.8 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Soedibjo (2018) Populasi mengacu pada sekelompok individu atau titik data yang menjadi fokus suatu penelitian atau analisis. (Nurjamad & Larasati, 2021)

Populasi merupakan bidang studi di mana peneliti menentukan kuantitas dan karakteristik yang spesifik dari objek atau subjek, memungkinkan mereka untuk membuat kesimpulan dari penelitian mereka. (Anjani & Fatihah, 2021)

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2015), sampel hanya mewakili bagian kecil dari populasi yang dipelajari dalam hal jumlah dan karakteristik. (Anjani & Fatihah, 2021)

2.9 Metode Service Quality

Metode *service quality* atau *servqual* adalah metode yang biasanya digunakan untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan. Menurut Dr. Maryono (2018), sebuah fenomena umum ketika kualitas suatu produk yang mencapai target menduduki peringkat pertama. Dalam penelitian ini akan menggunakan 5 dimensi layanan sebagai atribut menurut metode *servqual*, 5 dimensi tersebut adalah, dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*. (Firmansyah, 2021)

¹⁶ *Service quality* juga dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh, metode Servqual adalah metode yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. (Winarno & Absor, 2018)

Dalam model servqual memiliki 5 gap terhadap analisis yang memiliki pengaruh untuk kualitas jasa, yaitu :

- a. Gap 1 adalah gap yang tidak sesuai antara harapan pelanggan dan tanggapan manajemen yang membuat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan tidak tepat.
- b. ¹¹ Gap 2 adalah gap antara pelayanan yang diterima bertentangan dengan harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan.
- c. Gap 3 adalah gap antara spesifikasi kualitas pelayanan dan penyampaian layanan yang tidak memenuhi standar, dikarenakan buruknya kinerja produksi dan penyampaian layanan.
- d. Gap 4 adalah gap antara penyampaian layanan dan komunikasi luar (pemasaran) menjanjikan hal yang tidak tepat dengan layanan yang diberikan kepada pelanggan.
- e. Gap 5 adalah gap antara layanan yang dirasakan dan yang diharapkan tidak sesuai. (Zuraidah, Eva, 2021)

3.4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu pengujian yang dilakukan terhadap isi dari instrumen. Tujuan pengujian ini untuk mengetahui ketepatan kuesioner dalam penelitian. Agar kevalidan instrument diketahui, menggunakan korelasi product moment sebagai nilai kritis pada taraf signifikan 0,05 dan 0,01. Jika $r_{hitung} \geq r_{table}$ (uji dua pihak dengan sig. 0,05), maka setiap pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor keseluruhan dapat disimpulkan bahwa pertanyaan tersebut adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian yang dilakukan untuk mengukur data indicator dari variabel. Nilai koefisien mendekati 1 ($\geq 0,6$) menunjukkan jika alat ukur bisa diandalkan. Jika koefisien α (alpha) lebih tinggi dari r tabel, maka atribut tersebut reliabel.

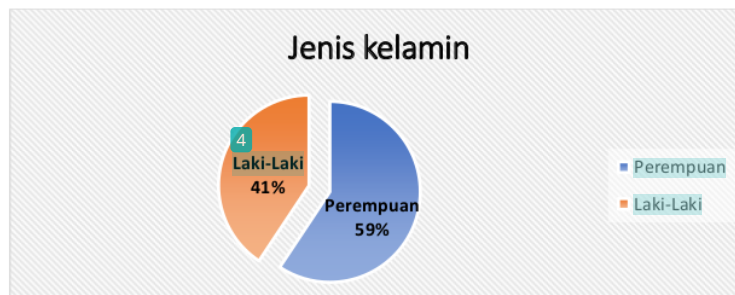
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan kepada mahasiswa/i di Universitas Sriwijaya melalui *google form* sebanyak 150 responden, maka didapatkan hasil responden dengan latar belakang jenis kelamin dan fakultas.

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar pada Gambar 4.1, analisis dilakukan terhadap sampel sebanyak 150 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa responden Perempuan dengan total 89 orang, yang merupakan sekitar 59% dari sampel. Di sisi lain, responden sisanya adalah laki-laki, yang mencakup sekitar 41% dari total ukuran sampel.

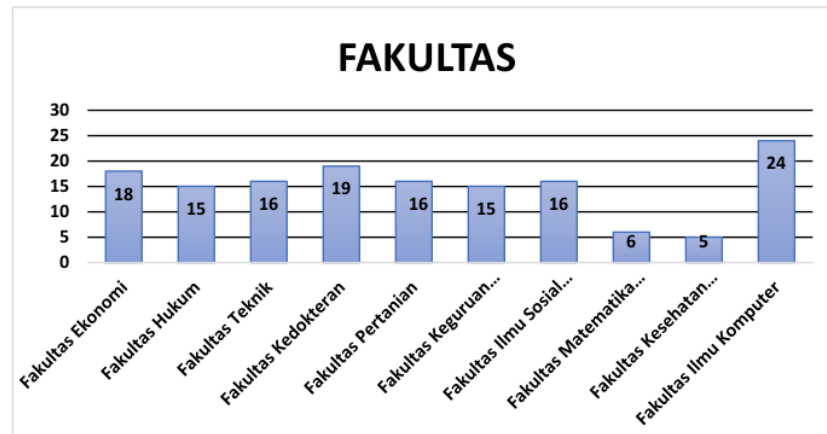


Gambar 4. 1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin

b. Fakultas

Berdasarkan fakultas, terdapat 10 fakultas yang ada di Universitas Sriwijaya. Hasil menunjukkan fakultas ilmu komputer dengan 24 orang atau 16%, selanjutnya ada fakultas kedokteran dengan 19 orang atau 13%, fakultas ekonomi dengan 18 orang atau 12%, fakultas teknik, fakultas ilmu

sosial dan politik, dan fakultas pertanian dengan 16 orang atau 11%, fakultas hukum dan fakultas ilmu keguruan dan pendidikan dengan 15 orang atau 10%, fakultas matematika dan ilmu pengetahuan alam dengan 6 orang atau 4% dan terakhir fakultas kesehatan masyarakat dengan 5 orang atau 3%.



Gambar 4. 2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Fakultas

4.2 Hasil Uji Penelitian

Kuesioner yang disebarakan merupakan mahasiswa Universitas Sriwijaya yang diberikan oleh peneliti. Penelitian dilakukan di lingkungan Universitas Sriwijaya. Selanjutnya menghitung *gap 5*, yang mengacu pada perbedaan antara harapan pelanggan terhadap layanan terhadap layanan realita yang dirasakan oleh pelanggan. Data penghitungan *gap 5* pelayanan dikumpulkan berdasarkan 150 responden.

4.2.1 Perhitungan ¹⁰Harapan Pelanggan Mengenai Pelayanan Jasa

$$\sum y_i = (\sum STS \times 1) + (\sum TS \times 2) + (\sum N \times 3) + (\sum S \times 4) + (\sum SS \times 5) \quad (4.1)$$

Keterangan :

$\sum y_i$ = Jumlah bobot jawaban pernyataan harapan variable ke - i

- $\sum STS$ = Jumlah orang yang memilih jawaban sangat tidak sesuai
 $\sum TS$ = Jumlah orang yang memilih jawaban tidak sesuai
 $\sum N$ = Jumlah orang yang memilih jawaban Netral
 $\sum S$ = Jumlah orang yang memilih jawaban sesuai
 $\sum SS$ = Jumlah orang yang memilih jawaban sangat sesuai
 1,2,3,4,5 = Skor untuk skala Likert

Contoh :

$$\begin{aligned}
 \sum y_i &= (\sum 1 \times 1) + (\sum 0 \times 2) + (\sum 4 \times 3) + (\sum 58 \times 4) + (\sum 87 \times 5) \\
 &= 1 + 0 + 12 + 232 + 435 \\
 &= 680
 \end{aligned}$$

Dalam perhitungan diatas 1, 0, 12, 232, 435 merupakan angka frekuensi jawaban dari pernyataan harapan pada variabel satu. Selanjutnya, 1, 2, 3, 4, 5 merupakan skor untuk skala likert.

Untuk pernyataan rata-rata responden harapan dapat dihitung dengan persamaan berikut:

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum y_i}{n} \quad (4.2)$$

Contoh :

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum 680}{150}$$

$$\bar{Y}_i = 4,53$$

5
Keterangan :

\bar{y}_i = Rata-rata responden pernyataan harapan atribut ke - i

$\sum y_i$ = Jumlah bobot jawaban pernyataan harapan variable ke - i

n = Jumlah responden

Tabel 4. 1 Hasil Kuesioner Harapan Pelanggan

Atribut	Jumlah Jawaban				
	Sangat Tidak Sesuai (1)	Tidak Sesuai (2)	Netral (3)	Sesuai (4)	Sangat Sesuai (5)
R1	1	0	4	58	87
R2	1	1	4	62	82
R3	1	1	8	62	78
R4	11	2	9	67	71
R5	0	1	5	67	76
RE1	0	1	4	67	78
RE2	0	2	7	76	65
RE3	1	2	9	72	67
A1	1	1	4	62	82
A2	1	0	8	68	73
A3	0	1	5	61	82
A4	1	1	11	76	62
E1	2	0	7	58	84

E2	1	0	8	75	65
E3	1	0	7	62	80
T1	1	0	5	78	66
T2	1	2	5	55	87
T3	1	0	8	78	63
T4	1	0	9	60	80

Tabel 4. 2 Hasil Perhitungan Frekuensi Kuesioner Harapan Pelanggan

Atribut	Jumlah Jawaban					Total	Rata-rata
	⁴ Sangat Tidak Sesuai (1)	Tidak Sesuai (2)	Netral (3)	Sesuai (4)	Sangat Sesuai (5)		
R1	1	0	12	232	435	680	4,53
R2	1	2	12	248	410	673	4,48
R3	1	2	24	248	390	665	4,43
R4	11	4	27	268	355	665	4,43
R5	0	2	15	268	380	665	4,43
RE1	0	2	12	268	390	672	4,48
RE2	0	4	21	304	325	654	4,36
RE3	1	4	27	292	335	659	4,39
A1	1	2	12	248	410	673	4,48
A2	1	0	24	272	365	662	4,41

A3	0	2	15	244	410	671	4,47
A4	1	2	33	304	310	650	4,33
E1	2	0	21	336	420	779	5,19
E2	1	0	24	304	325	654	4,36
E3	1	0	21	248	400	676	4,50
T1	1	0	15	312	330	658	4,38
T2	1	2	15	348	435	801	5,34
T3	1	0	24	312	315	652	4,34
T4	1	0	27	240	400	668	4,45

4.2.2 Perhitungan Persepsi Pelanggan Mengenai Pelayanan Jasa

$$\sum x_i = (\sum STS \times 1) + (\sum TS \times 2) + (\sum N \times 3) + (\sum S \times 4) + (\sum SS \times 5) \quad (4.3)$$

Keterangan :

$\sum x_i$ = Jumlah bobot jawaban pernyataan persepsi variable ke - i

$\sum STS$ = Jumlah orang yang memilih jawaban sangat tidak sesuai

$\sum TS$ = Jumlah orang yang memilih jawaban tidak sesuai

$\sum N$ = Jumlah orang yang memilih jawaban Netral

$\sum S$ = Jumlah orang yang memilih jawaban sesuai

$\sum SS$ = Jumlah orang yang memilih jawaban sangat sesuai

1,2,3,4,5 = Skor untuk skala Likert

Contoh :

$$\begin{aligned}\sum xi &= (\sum 7 \times 1) + (\sum 14 \times 2) + (\sum 11 \times 3) + (\sum 76 \times 4) + (\sum 42 \times 5) \\ &= 7 + 28 + 33 + 304 + 210 \\ &= 582\end{aligned}$$

Dalam perhitungan diatas 7, 28, 33, 304, 210 merupakan angka frekuensi jawaban dari pernyataan persepsi pada variabel satu. Selanjutnya, 1, 2, 3, 4, 5 merupakan skor untuk skala likert.

Untuk pernyataan rata-rata responden persepsi dapat dihitung dengan persamaan berikut:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum xi}{n} \quad (4.4)$$

Contoh :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum 582}{150}$$

$$\bar{X}_i = 3,88$$

Keterangan :

\bar{X}_i = Rata-rata responden pernyataan persepsi atribut ke - i

$\sum xi$ = Jumlah bobot jawaban pernyataan persepsi variable ke - i

n = Jumlah responden

Tabel 4. 3 Hasil Kuesioner Persepsi Pelanggan

Atribut	Jumlah Jawaban				
	⁴ Sangat Tidak Sesuai (1)	Tidak Sesuai (2)	Netral (3)	Sesuai (4)	Sangat Sesuai (5)
R1	7	14	11	76	42
R2	10	16	8	64	52
R3	11	18	10	67	44
R4	1	21	22	81	25
R5	7	20	22	71	30
RE1	3	21	20	68	38
RE2	2	26	26	64	32
RE3	9	13	19	78	31
A1	3	17	19	70	41
A2	6	15	12	79	38
A3	3	15	26	73	33
A4	7	20	22	64	37
E1	1	8	16	90	35
E2	2	10	13	82	43
E3	3	11	20	85	31
T1	3	23	25	54	45
T2	4	21	11	73	41
T3	7	16	14	67	46
T4	2	12	8	79	49

Tabel 4. 4 Hasil Perhitungan Frekuensi Kuesioner Persepsi Pelanggan

Atribut	Jumlah Jawaban					Total	Rata-rata
	⁴ Sangat Tidak Sesuai (1)	Tidak Sesuai (2)	Netral (3)	Sesuai (4)	Sangat Sesuai (5)		
R1	7	28	33	304	210	582	3,88
R2	10	32	24	256	260	582	3,88
R3	11	36	30	268	220	565	3,76
R4	1	42	66	324	125	558	3,72
R5	7	40	66	284	150	547	3,64
RE1	3	42	60	272	190	567	3,78
RE2	2	52	78	256	160	548	3,65
RE3	9	26	57	312	155	559	3,72
A1	3	34	57	280	205	579	3,86
A2	6	30	36	316	190	578	3,85
A3	3	30	78	292	165	568	3,78
A4	7	40	66	256	185	554	3,69
E1	1	16	48	360	175	600	4,00
E2	2	20	39	328	215	604	4,02
E3	3	22	60	340	155	580	3,86
T1	3	46	75	216	225	565	3,76
T2	4	42	33	292	205	576	3,34
T3	7	32	42	268	230	579	3,86
T4	2	24	24	316	245	611	4,07

4.2.3 ¹³ Nilai Gap 5

Nilai gap 5 adalah nilai kesenjangan untuk membedakan hal yang terjadi dari harapan dan persepsi pengguna jasa yang didapatkan dari pernyataan kualitas pelayanan yang diharapkan terhadap pelayanan yang dialami atau dirasakan oleh konsumen. ⁵ Untuk mengetahui nilai gap digunakan persamaan sebagai berikut :

$$SQ_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i \quad (4.5)$$

Keterangan :

SQ_i = Nilai gap atribut ke - i

\bar{X}_i = Rata-rata responden pernyataan persepsi atribut ke - i

\bar{Y}_i = Rata-rata responden pernyataan harapan atribut ke - i

Contoh :

$$\bar{X}_i = 3,88$$

$$\bar{Y}_i = 4,53$$

$$SQ_i = 3,88 - 4,53$$

$$= -0,65$$

¹⁴ Tabel 4. 5 Tabel Nilai Rata-rata gap 5 Terhadap Pelayanan Jasa

Atribut	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	Gap (Servqual Score)
R1	3,88	4,53	-0,65
R2	3,88	4,48	-0,60
R3	3,76	4,43	-0,67
R4	3,72	4,36	-0,64
R5	3,64	4,44	-0,80
RE1	3,78	4,48	-0,70

RE2	3,65	4,36	-0,71
RE3	3,72	4,36	-0,64
A1	3,86	4,48	-0,62
A2	3,85	4,41	-0,56
A3	3,78	4,48	-0,70
A4	3,69	4,33	-0,64
E1	4,00	4,49	-0,49
E2	4,02	4,34	-0,32
E3	3,86	4,46	-0,60
T1	3,76	4,38	-0,62
T2	3,34	4,50	-1,16
T3	3,86	4,34	-0,48
T4	4,07	4,45	-0,38
Rata-rata	3,37	4,19	-0,82
Minimum			-0,32
Maksimum			-1,16

4.2.4 Hasil Urutan Gap Service Quality

Besarnya perhitungan Servqual Gap 5 berkorelasi langsung dengan tingkat kualitas layanan, sehingga kesenjangan terbesar harus diatasi terlebih dahulu. Sebaliknya, kesenjangan yang lebih kecil (mendekati nol atau menunjukkan hal positif) menandakan kualitas layanan yang baik. Oleh karena itu, memprioritaskan peningkatan kualitas layanan memerlukan fokus pada upaya kesenjangan yang paling signifikan.

Tabel 4. 6 Urutan *Gap* 5 tiap atribut dari *gap* terkecil sampai *gap* terbesar

Pertanyaan Kuesioner	GAP
Kemampuan aplikasi dalam mengerti kebutuhan pelanggan	-0,32
Tata Bahasa yang baik dan benar, serta mudah dimengerti	-0,38
Aplikasi yang fleksibel	-0,48
Kenyamanan dalam menggunakan aplikasi	-0,49
Aplikasi memiliki jaminan dengan kualitas yang sangat baik	-0,56

Layanan aplikasi memiliki reputasi kejujuran yang baik dan dapat dipercaya	-0,60
Aplikasi telah menggunakan map untuk mempermudah menentukan alamat	-0,60
Tampilan aplikasi menarik	-0,62
Aplikasi memberi jaminan bahwa pengantaran aman	-0,62
Kesesuaian menu dengan layanan yang diberikan dapat bisa diakses	-0,64
Aplikasi memberikan pemberitahuan ketika terdapat informasi baru	-0,64
Reputasi perusahaan penyedia aplikasi	-0,64
Aplikasi yang memiliki layanan prediksi antara jarak kedatangan driver ke lokasi penjemputan	-0,65
Aplikasi mempunyai fitur pesan untuk berkomunikasi 2 arah	-0,67
Formulir pada aplikasi berfungsi dengan baik	-0,70
Keamanan aplikasi terjamin	-0,70
Respon/jawaban yang cepat dihubungi langsung ke kontak informasi yang ada	-0,71
Informasi bermanfaat, lengkap, dan jelas yang selalu ter-update	-0,80
Tampilan tidak membingungkan (<i>User friendly</i>)	-1,16

Berdasarkan tabel diatas terlihat *gap* terkecil terdapat pada kuesioner “Kemampuan aplikasi dalam mengerti kebutuhan pelanggan” dengan *gap* sebesar -0,32, sedangkan *gap* terbesar pada “Tampilan tidak membingungkan (*User friendly*)” dengan *gap* -1,16. Dengan demikian, atribut dengan *gap* yang besar menjadi prioritas untuk dilakukannya perbaikan dibandingkan dengan *gap* yang lebih kecil.

¹² 4.2.5 Perhitungan Kualitas Jasa Berdasarkan Dimensi *Servqual Gap*

Proses penentuan rata-rata respon antara harapan pelanggan terhadap pelayanan dengan persepsi aktual terhadap pelayanan yang dialami pelanggan dilakukan dengan menggunakan Model Servqual Parasuraman. Model ini terdiri dari lima dimensi, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti nyata.

- Persamaan rata-rata jawaban per dimensi nilai gap 5 untuk harapan:

$$\overline{Y D_i} = \frac{\sum \overline{Y V_i}}{n} \quad (4.6)$$

Keterangan :

$\overline{Y D_i}$ = Rata-rata dimensi atribut ke-i harapan

$\sum \overline{Y V_i}$ = Jumlah nilai rata-rata atribut pernyataan per dimensi ke-i harapan

n = Jumlah pernyataan per dimensi

Contoh :

$$\sum \overline{Y V_{\text{kehandalan}}} = 4,53 + 4,48 + 4,43 + 4,36 + 4,44 = 22,24$$

$$n = 5$$

$$\begin{aligned} \overline{Y D_{\text{kehandalan}}} &= \frac{4,448}{5} \\ &= 4,45 \end{aligned}$$

- Persamaan rata-rata jawaban per dimensi nilai gap 5 untuk persepsi:

$$\overline{X D_i} = \frac{\sum \overline{X V_i}}{n} \quad (4.7)$$

Keterangan :

$\overline{X D_i}$ = Rata-rata dimensi atribut ke-i persepsi

$\sum \overline{X V_i}$ = Jumlah nilai rata-rata atribut pernyataan per dimensi ke-i persepsi

n = Jumlah pernyataan per dimensi

Contoh :

$$\sum \overline{X V_{\text{kehandalan}}} = 3,88 + 3,88 + 3,76 + 3,72 + 3,64 = 18,88$$

$$n = 5$$

$$\begin{aligned}\overline{X D}_{\text{kehandalan}} &= \frac{18,88}{5} \\ &= 3,77\end{aligned}$$

6
Berikut adalah hasil perhitungan nilai rata-rata *gap 5* berdasarkan lima dimensi *service quality (servqual)* :

Tabel 4. 7 Nilai Rata-Rata *Gap 5* Berdasarkan Lima Dimensi *Servqual*

Dimensi	Atribut	Jumlah Rata-rata Harapan	Jumlah Rata-rata Persepsi	Nilai Harapan Pelayanan	Nilai Persepsi Pelayanan	Nilai Gap 5
Reliability (Kehandalan)	R1,R2, R3,R4, R5	22,24	18,88	4,45	3,77	-0,68
Responsiveness (Daya Tanggap)	RE1, RE2, RE3	13,20	11,15	4,40	3,71	-0,69
Assurance (Jaminan)	A1,A2, A3,A4	17,70	15,18	4,42	3,79	-0,63
Emphaty (Empati)	E1,E2, E3	13,21	11,88	4,41	3,96	-0,45
Tangibles (Wujud)	T1,T2, T3,T4	17,77	15,03	4,44	3,75	-0,69

4.2.6 Hasil Uji Validitas

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas

Harapan (Y)				Realita (X)			
Simbol Atribut	rTabel	rHitung	Status	Simbol Atribut	rTabel	rHitung	Status
Reliability (Kehandalan)							
R1	0,159	0,683	Valid	R1	0,159	0,708	Valid
R2	0,159	0,639	Valid	R2	0,159	0,702	Valid
R3	0,159	0,578	Valid	R3	0,159	0,648	Valid
R4	0,159	0,389	Valid	R4	0,159	0,676	Valid
R5	0,159	0,445	Valid	R5	0,159	0,657	Valid

Responsiveness (Daya Tanggap)							
RE1	0,159	0,320	Valid	RE1	0,159	0,619	Valid
RE2	0,159	0,389	Valid	RE2	0,159	0,649	Valid
RE3	0,159	0,592	Valid	RE3	0,159	0,658	Valid
Assurance (Jaminan)							
A1	0,159	0,610	Valid	A1	0,159	0,615	Valid
A2	0,159	0,669	Valid	A2	0,159	0,695	Valid
A3	0,159	0,536	Valid	A3	0,159	0,695	Valid
A4	0,159	0,528	Valid	A4	0,159	0,588	Valid
Empathy (Simpati)							
E1	0,159	0,406	Valid	E1	0,159	0,689	Valid
E2	0,159	0,407	Valid	E2	0,159	0,646	Valid
E3	0,159	0,452	Valid	E3	0,159	0,705	Valid
Tangibles (Wujud)							
T1	0,159	0,574	Valid	T1	0,159	0,644	Valid
T2	0,159	0,460	Valid	T2	0,159	0,643	Valid
T3	0,159	0,599	Valid	T3	0,159	0,722	Valid
T4	0,159	0,276	Valid	T4	0,159	0,715	Valid

Berdasarkan temuan uji validitas yang dilakukan terhadap variabel Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, dan Tangibles menggunakan SPSS 26 dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden, dapat dikatakan bahwa seluruh item pernyataan mempunyai nilai $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ dan nilai p signifikansi di bawah 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dianggap valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

4.2.7 Hasil Uji Reabilitas

Pengujian reabilitas dibantu dengan menggunakan software SPSS 26 dengan Teknik Cronbach's Alpha untuk menguji reabilitas suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila Cronbach's Alpha $> 0,6$. Dibawah ini adalah hasil pengujian reabilitas :

a. Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Harapan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	19

Keterangan :

Berdasarkan hasil penilaian reliabilitas, kuesioner harapan menunjukkan skor alpha Cronbach yaitu sebesar 0,931, sehingga menunjukkan bahwa variabel tersebut reliabel.

b. Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Persepsi (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	19

Keterangan :

Berdasarkan hasil penilaian reliabilitas, kuesioner harapan menunjukkan skor alpha Cronbach yaitu sebesar 0,840, sehingga menunjukkan bahwa variabel tersebut reliabel.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

¹³ 5.1 Kesimpulan

Pada penelitian ini memasuki tahap akhir penelitian yaitu kesimpulan dan saran dari penelitian yang berjudul Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality Pada Aplikasi Go-Us. Adapun kesimpulan dari penelitian ini ⁹ sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian perbaikan kualitas pelayanan jasa dari atribut yang memiliki *gap* terbesar sebagai prioritas utama adalah atribut T2 mengenai “Tampilan tidak membingungkan (*User friendly*)” dengan *gap* -1,16 yang peningkatan kualitas harus lebih meningkatkan aplikasi yang lebih mudah diakses dan digunakan, serta membuat tampilan tidak membingungkan pengguna.
2. Kualitas pelayanan pada aplikasi Go-US secara keseluruhan memiliki nilai *gap* negative artinya kualitas pelayanan belum dapat memenuhi harapan pelanggan.
3. Hasil kuesioner dengan metode *service quality* dapat membantu pihak Go-US dalam pengembangan hubungan baik dengan pelanggan.

5.2 Saran

1. Penelitian selanjutnya bisa melakukan ⁹ ke tahap analisis dengan menggunakan metode yang lebih dapat menganalisis dengan baik, karena penelitian ini hanya sampai tahap pengukuran.

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality Pada Aplikasi Go-US

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	sinta.unud.ac.id Internet Source	2%
2	repository.unhas.ac.id Internet Source	2%
3	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	1%
4	repository.unibos.ac.id Internet Source	1%
5	ojs3.unpatti.ac.id Internet Source	1%
6	eprints.unisla.ac.id Internet Source	1%
7	es.scribd.com Internet Source	1%
8	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
9	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	1%

10	repository.its.ac.id Internet Source	1 %
11	Eva Zuraidah. "Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan PT Pos Indonesia Cabang Belitang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual", PROSISKO: Jurnal Pengembangan Riset dan Observasi Sistem Komputer, 2021 Publication	1 %
12	dspace.uii.ac.id Internet Source	1 %
13	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1 %
14	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	1 %
15	pt.scribd.com Internet Source	1 %
16	digilib.unila.ac.id Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On

SURAT KETERANGAN PENGECEKAN

SIMILARITY

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Djulita Syahrani Rinata
NIM : 09031381924090
Prodi : Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Komputer

Menyatakan bahwa benar hasil pengecekan similarity Skripsi/Thesis/Disertasi/Lap. Penelitian yang berjudul **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE SERVICE QUALITY PADA APLIKASI GO-US”** adalah **14%**. Dicek oleh operator*:

1. Dosen Pembimbing
2. UPT Perpustakaan
3. Operatur Fakultas.....

Demikianlah surat keterangan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat saya pertanggung jawabkan.

Inderalaya, 25 Januari 2024

Menyetujui,
Dosen Pembimbing,

Yang menyatakan,



Endang Lestari Ruskan, M.T.
NIP. 197811172006042001

Djulita Syahrani Rinata
NIM. 09031381924090