

© cipta milik UIN Suska Riau

**ANALISIS PELAYANAN KUALITAS MAXIM  
MENGUNAKAN PENDEKATAN *SERVQUAL*, *IMPORTANCE  
PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA), DAN *POTENTIAL GAIN IN  
COSTUMER VALUE***

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik,  
Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*

*Disusun Oleh:*

**DEDI ARFAEL  
11552102833**



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2022**



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PELAYANAN KUALITAS MAXIM MENGGUNAKAN  
PENDEKATAN *SERVQUAL*, *IMPORTANCE PERFORMANCE  
ANALYSIS* (IPA), DAN *POTENTIAL GAIN IN COSTUMER VALUE***

**TUGAS AKHIR**

**DECLARAEL**  
**11552102833**

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir  
di Pekanbaru, pada tanggal 19 Januari 2023

Pembimbing I

  
**Dr. Rika, S.Si., M.Sc.**  
**NIP. 130514005**

Pembimbing II

  
**Muhammad Isnaini Hadivul Umam, MT.**  
**NIP. 1991123021019031013**

Ketua Program Studi

  
**Misra Hartati, S.T., M.T.**  
**NIP. 198205272015032002**





## LEMBAR PENGESAHAN

### ANALISIS PELAYANAN KUALITAS MAXIM MENGGUNAKAN PENDEKATAN *SERVQUAL*, *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA), DAN *POTENTIAL GAIN IN COSTUMER VALUE*

#### TUGAS AKHIR

**DECLARAEEL**  
11552102833

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik  
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
di Pekanbaru, pada tanggal 19 Januari 2023

Pekanbaru, 19 Januari 2023  
Mengesahkan



Ketua Program Studi

*Misra Harwati*  
**Misra Harwati, S.T., M.T.**  
NIP. 198205272015032002

#### DEWAN PENGUJI

Ketua : Melfa Yola, S.T., M.Eng.  
Sekretaris I : Dr. Rika, S.Si., M.Sc.  
Sekretaris II : Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, MT.  
Anggota I : Vera Devani, S.T., M.T.  
Anggota II : Harpito, S.T., M.T.

*Melfa Yola*  
*Dr. Rika*  
*Muhammad Isnaini Hadiyul Umam*  
*Vera Devani*  
*Harpito*

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :  
Nomor : Nomor 25/2021  
Tanggal : 10 September 2021

### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dedi Arfael  
NIM : 11552102833  
Tempat/Tgl. Lahir : Duri / 01 September 1997  
Fakultas/Pascasarjana : Sains dan Teknologi  
Prodi : Teknik Industri

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

Analisis Pelayanan Kualitas MAXIM menggunakan Pendekatan Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA), Dan Persepsi Gain In Customer Value

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 19 Januari 2023  
Yang membuat pernyataan



Dedi Arfael  
NIM : 11552102833

\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



## PERSEMBAHAN



Dengan mengucapkan Bismillahirrahmannirrahim, Sujud syukurku kusembahkan kepadaMu ya Allah, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi. Atas takdirmu saya bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman dan bersabar. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depanku, dalam meraih cita-cita yang diinginkan.

"Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat (QS: Al-Mujadilah 11)". "Barang siapa bertakwa kepada Allah maka Dia akan menjadikan jalan keluar baginya, dan memberinya rezeki dari jalan yang tidak ia sangka, dan barang siapa yang bertawakal kepada Allah maka cukuplah Allah baginya, Sesungguhnya Allah melaksanakan kehendak-Nya, Sungguh Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu". (QS. Ath -Thalaq: 2-3)"

Samudra yang luas berawal dari sungai-sungai kecil. ahli butuh ribuan asumsi hanya untuk melahirkan satu teori. Hal yang besar pun lahir dari sesuatu yang kecil. Awali tujuan hidup dengan mimpi, Karena mimpi yang akan melahirkan impian. Sebab Impian adalah jembatan menuju kesuksesan Dan keyakinan merupakan kunci dari kesuksesan Saya tidak pernah memikirkan kegagalan. Karena memikirkan kegagalan sama dengan merencanakannya. Kegagalanku adalah batu loncatan menuju sukses, Ku indahkan kegagalan itu menjadi madu kesuksesan, Karena aku yakin bahwa keindahan sedang menanti sebuah perjuangan

Janganlah pernah menyerah ketika Anda masih mampu berusaha lagi. Tidak ada kata berakhir sampai Anda berhenti mencoba

Ku persembahkan.....

Ayahanda (ARDANI) Tercinta dan Ibunda (SUMIARTI) tersayang Sebagai tanda bukti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya kecil ini. Apa yang saya dapatkan hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat, dan juga air mata bagi saya. Sebagai tanda bukti saya ucapkan Terima kasih atas dukungan, motivasi, semangat dan limpahan doa yang tak berkesudahan. Semoga Kelak saya bisa membahagiakan ayahanda dan ibunda. Aamiin ya rabbal alamiin

Pekanbaru, Januari 2023  
Penulis

**DEDI ARFAEL**

## ANALISIS PELAYANAN KUALITAS MAXIM MENGGUNAKAN PENDEKATAN *SERVQUAL*, *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA), DAN *POTENTIAL GAIN IN COSTUMER VALUE*

Dr. Rika, S.Si, M.Sc<sup>1</sup>, Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, MT<sup>2</sup>, Dedi Arfael<sup>3</sup>

Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
Jl. HR. Soebrantas No.155 Pekanbaru

### ABSTRAK

*Maxim* dengan layanannya BIKE memiliki tantangan berat dibandingkan layanan lainnya. Pertama hadirnya pesaing, harga yang juga bersaing, dan layanan kualitas yang relative menurun. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kepuasan pelanggan terhadap jenis layanan BIKE pada *Maxim*. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara serta kuesioner mengenai kualitas pelayanan terhadap jenis layanan BIKE pada *Maxim*. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode *Servqual* dengan mengidentifikasi yang menjadi atribut dalam penelitian kemudian dilanjutkan dengan metode *Importance performance analysis* (IPA) dengan menentukan tingkat kepentingan yang menjadi atribut dalam penelitian dan dilanjutkan dengan metode *potential gain in customer value* dengan menentukan prioritas peningkatan pelayanan berdasarkan atribut dalam penelitian. Dari hasil penelitian ini dihasilkan atribut yang menjadi prioritas dan fokus perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Diharapkan kedepannya perusahaan *Maxim* dapat memenuhi harapan pelanggan dalam segi kualitas pelayanan.

**Kata kunci:** *Servqual*, *Importance performance analysis* (IPA), *Potential gain in customer value*

## **QUALITY SERVICE ANALYSIS OF MAXIM USING SERVQUAL, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) AND POTENTIAL GAIN IN COSTUMER VALUE**

**Dr. Rika, S.Si, M.Sc<sup>1</sup>, Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, MT<sup>2</sup>, Dedi Arfael<sup>3</sup>**

*Industrial Engineering Department  
Faculty of Science and Technology  
Sultan Syarif Kasim State Islamic University Riau  
Jl. HR. Soebrantas No. 155 Pekanbaru*

### **ABSTRACT**

*Maxim with his BIKE service has tough challenges compared to other services. First, the presence of competitors, competitive prices, and relatively declining service quality. This study aims to identify customer satisfaction with the type of BIKE service at Maxim. Data collection was carried out by observation and interviews as well as questionnaires regarding the quality of service for the type of BIKE service at Maxim. Data processing in this study used the Servqual method by identifying which attributes in the study were then followed by the Importance performance analysis (IPA) method by determining the level of importance that became an attribute in the study and continued by the potential gain in customer value method by determining service improvement priorities based on attributes. in research. From the results of this study, the company's priority attributes and focus are generated in improving service quality. It is hoped that in the future the Maxim company will be able to meet customer expectations in terms of service quality.*

**Key Words:** *Servqual, Importance performance analysis (IPA), Potential gain in costumer value*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## KATA PENGANTAR



*Assalamu,,alaikum Wr. Wb. Al-hamdulillahirobbil,,alamin*

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, dan hidayah- Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Baginda Rasullullah Muhammad SAW, sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini dengan judul ”Analisis Pelayanan Kualitas MAXIM Menggunakan Pendekatan *Servqual, Importance Performance Analysis (IPA), Dan Potential Gain In Costumer Value*“ sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana teknik pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pada kesempatan ini, Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberi petunjuk, bimbingan, dorongan dan bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama pada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono M.Pd. Selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Misra Hartati, S.T.,M.T Selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Anwardi, S.T.,M.T Selaku Sekretaris Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Nazaruddin, S.ST., MT. Selaku Koordinator Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta selaku penasehat akedemis yang menasehati dan memberikan Ilmu Pengetahuan bagi Penulis selama masa perkuliahan.
6. Ibu Dr. Rika, S.Si, M.Sc dan Bapak Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, MT Selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi Penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.

Ibu Vera Devani, ST, M.Sc dan Bapak Harpito, ST, MT yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini.

Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan Ilmu Pengetahuan bagi Penulis selama masa perkuliahan.

Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tua tercinta, Ayahanda Ardani dan Ibunda Sumiarti, serta seluruh keluarga besar penulis lainnya yang selama ini telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan materil serta do'a restu sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

10. Ucapan terima kasih kepada sahabat-sahabat senasib seperjuangan, serta seluruh teman-teman Teknik Industri yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah mendukung selama pengerjaan Tugas Akhir. Terima kasih atas segala dukungan dan bantuan kepada penulis.

Dalam penulisan laporan ini, penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharap kritik serta saran yang bersifat membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan laporan ini dan agar lebih baik di masa yang akan datang.

Pekanbaru, Januari 2023  
Penulis

**DEDI ARFAEL**  
**11552102833**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	I-1
1.2 Rumusan Masalah.....	I-5
1.3 Tujuan Praktikum .....	I-6
1.4 Manfaat Praktikum .....	I-6
1.5 Batasan Masalah .....	I-6
1.6 Sistematika Penulisan .....	I-7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Jasa.....	II-1
2.1.1 Karakteristik Jasa.....	II-1
2.2 Kualitas .....	II-2
2.2.1 Kualitas Jasa .....	II-3
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	II-4
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	II-5
2.3.1 Aspek Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	II-6
2.4 Model Kualitas Layanan.....	II-9
2.5 Metode SERVEQUAL .....	II-10
2.6 <i>Importance Performance Anlysis (IPA)</i> .....	II-14

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7	<i>Potential Gain in Costumer Values (PGCV)</i> .....	II-15
-----	---	-------

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Pemahaman Konsep Dasar .....	III-2
3.2	Studi Pendahuluan .....	III-2
3.3	Pengumpulan Data Awal .....	III-3
3.4	Identifikasi Masalh .....	III-3
3.5	Perumusan Masalah .....	III-4
3.6	Penetapan Tujuan .....	III-4
3.7	Studi Literatur .....	III-4
3.8	Pengumpulan Data Lanjutan .....	III-4
3.9	Pengolahan Data .....	III-5
3.9.1	<i>Servqual</i> .....	III-5
3.9.2	Uji Validitas Data .....	III-5
3.9.3	Uji Reliabilitas Data.....	III-5
3.9.1	<i>Importance Performance Analysis</i> .....	III-5
3.9.1	<i>Potential Gain in Costumer Values (PGCV)</i> .....	III-6
3.10	Analisa .....	III-6
3.9.1	Kesimpulan dan Saran .....	III-6

**BAB IV PENGOLAHAN DATA**

4.1	Profil Perusahaan .....	IV-1
4.2	Pengumpulan Data.....	IV-1
4.2.1	Identifikasi Atribut Penelitian.....	IV-1
4.2.2	Penyusunan Kuesioner.....	IV-3
4.3	Pengolahan Data .....	IV-3
4.3.1	Karakteristik Responden.....	IV-3
4.3.2	Pengukuran Kualitas Layanan Menggunakan <i>Servequal</i> .....	IV-2
4.3.2.1	Uji Validitas.....	IV-4
4.3.2.2	Uji Reliabitias .....	IV-8
4.3.2.1	Pengolahan Data <i>Servqual</i> .....	IV-12



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3.3	Pengolahan Data <i>Importance-Performance Analysis</i> .	IV-16
4.3.4	Pengolahan Data <i>Potential Gain in Costumer Value</i> (PGCV) .....	IV-22

**BAB V ANALISA**

5.1	Analisa Hasil Pengujian .....	V-1
5.1.1	Analisa Uji Validitas .....	V-1
5.1.2	Analisa Uji Reliabilitilas .....	V-1
5.1.3	Analisa Hasil Nilai <i>Servqual</i> .....	V-1
5.1.4	Analisa Hasil Pengolahan <i>Importance Performance</i> <i>Analysis</i> .....	V-2
5.1.5	Analisa Hasil Pengolahan <i>Potential Gain in Costumer</i> <i>Value</i> .....	V-2

**BAB VI PENUTUP**

6.1	Kesimpulan.....	VI-1
6.2	Saran .....	VI-2

**DAFTAR PUSTAKA**

UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR</b>	<b>HALAMAN</b>
Gambar 1.1	Ulasan Pelanggan ..... I-3
Gambar 1.2	Ulasan Pelanggan GO-JEK ..... I-3
Gambar 1.3	Kalkulator Rating MAXIM ..... I-4
Gambar 2.1	Model <i>Costumer Satisfaction</i> ..... II-6
Gambar 2.2	Bagan Konsekuensi Kepuasan Pelanggan..... II-7
Gambar 2.3	Manfaat Kepuasan Pelanggan ..... II-8
Gambar 2.4	Matrix <i>Importance Perfromance Analysis</i> ..... II-14
Gambar 2.5	Perancangan Kuesioner PGCV ..... II-17
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian..... III-1
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan)..... III-2
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden ..... IV-1
Gambar 4.2	Usia Responden ..... IV-2
Gambar 4.3	Diagram Kartesius IPA ..... IV-20

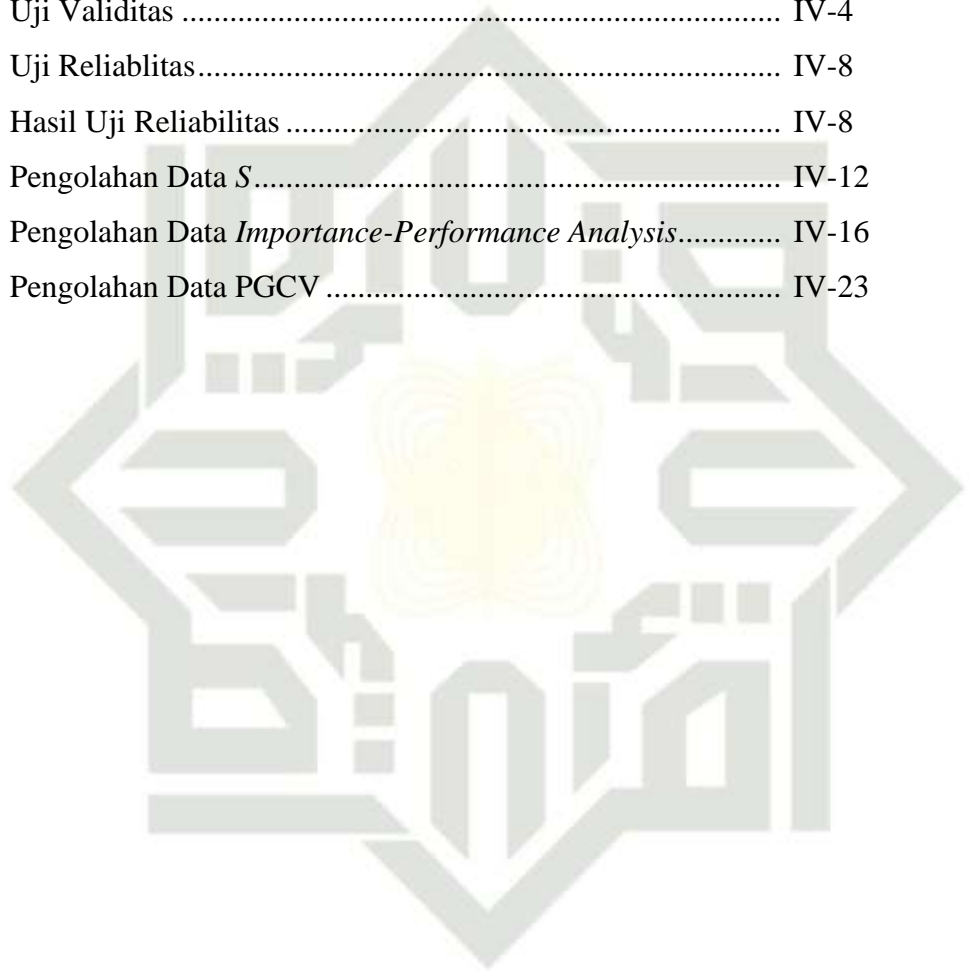
### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
Tabel 1.1	Jumlah Jasa Transportasi Tahun 2014-2016 ..... I-1
Tabel 4.1	Atribut Penelitian ..... IV-1
Tabel 4.1	Atribut Penelitian (Lanjutan)..... IV-2
Tabel 4.2	Uji Validitas ..... IV-4
Tabel 4.3	Uji Reliabilitas..... IV-8
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas ..... IV-8
Tabel 4.5	Pengolahan Data <i>S</i> ..... IV-12
Tabel 4.6	Pengolahan Data <i>Importance-Performance Analysis</i> ..... IV-16
Tabel 4.7	Pengolahan Data PGCV ..... IV-23



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN

### HALAMAN

Lampiran A	Dokumentasi.....	A-1
Lampiran B	Biografi Penulis.....	B-1



UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor jasa yang memegang peranan penting dalam menunjang mobilitas sehari-hari adalah transportasi darat. Karena masyarakat dapat menggunakan jasa transportasi darat untuk memudahkan operasional. Pentingnya transportasi ini tercermin dari meningkatnya kebutuhan akan jasa transportasi tersebut, semakin padatnya pemukiman dan perkembangan penduduk di kota-kota besar. Kehadiran jasa transportasi darat sangat penting, terutama jasa transportasi darat yang terjangkau, fleksibel, nyaman dan aman. Berikut ini merupakan tabel perkembangan jumlah kendaraan motor periode 2011 sampai dengan 2016 (berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik 2018)

Tabel 1.1 Jumlah Jasa Transportasi Tahun 2014 - 2016

Jenis	2014	2015	2016
Mobil Penumpang	12.599.038	13.480.973	14.580.666
Mobil Bis	2.398.846	2.420.917	2.486.898
Mobil Barang	6.235.136	6.611.028	7.063.433
Sepeda Motor	92.976.240	98.882.267	105.150.082

(Adawia, dkk 2018)

Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah transportasi darat yang berbasis *online*. Saat ini masyarakat bisa dengan mudah memesan transportasi darat dengan hanya menggunakan *smartphone*, dengan kepraktisan yang dimiliki bisnis ini, masyarakat semakin banyak beralih ke transportasi *online*, dikarenakan lebih mudah dan cepat dibandingkan transportasi konvensional yang selama ini sudah lama digunakan, salah satu penyedia transportasi yang menerapkan sistem *online* ini adalah *Maxim*.

*Maxim* merupakan sebuah perusahaan luar negeri yang menyediakan *platform* untuk mempertemukan pengemudi dan pelanggan secara mudah. *Maxim* adalah perusahaan yang beroperasi pertama kali tahun 2018 di Indonesia dengan mengembangkan sendiri aplikasinya dengan menciptakan sistem perangkat keras



dan perangkat lunak yang memungkinkan mitranya terhubung kelayanan perusahaan, memantau kualitas kerja dan pelayanan, serta menganalisis dan mengoptimalkan perusahaannya (Hidayat, 2019).

Kemunculan berbagai kompetitor transportasi *online* yang menawarkan pelayanan jasa yang cepat dan mudah membuat beberapa perusahaan tersebut berlomba untuk memenuhi dan memperbaiki kualitas pelayanan dari jasa transportasi, khususnya layanan *BIKE*, untuk itu *Maxim* perlu memperbaiki kualitas layanan agar bisa *survive* diindustri transportasi *online* dan terciptanya kepuasan pelanggan dan konsumen yang loyal.

*Maxim* dengan layanannya *BIKE* memiliki tantangan berat dibandingkan layanan lainnya. Pertama hadirnya pesaing, harga yang bersaing, dan layanan kualitas yang relative menurun. *BIKE* merupakan salah satu layanan dari aplikasi *Maxim* yang membantu customer menuju lokasi tujuan menggunakan jenis transportasi motor. Namun mengalami penurunan dari segi jumlah customer dan lari ke aplikasi transportasi lain, hal tersebut memiliki indikasi beberapa permasalahan yang terkait kualitas.

Kepuasan pelanggan merupakan kinerja yang diharapkan oleh pelanggan berbanding dengan kinerja sesungguhnya dilapangan (Pambudi, 2014). Saat kinerja sesungguhnya lebih tinggi dari pada harapan pelanggan, maka pelanggan merasakan puas dan sebaliknya. Pada kasus perusahaan jasa, kualitas pelayanan iklim bisnis yang baik.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan pada aplikasi *MAXIM* ini masih sangat jauh dari kata sempurna dikarenakan pelanggan tidak bisa menyampaikan keluhannya kepada perusahaan ini. Bisa dilihat pada gambar 1.1 dari aplikasi *MAXIM* tersebut cuman memberikan dua buah pilihan yaitu *like* dan *dislike*, pemberian nilai ini tidaklah cukup untuk digunakan dikarenakan penilaian yang ada ini tidak lah cukup terasa oleh driver dikarenakan apabila driver mendapatkan satu atau dua *dislike* dari pelanggan itu tidak berpengaruh kepada performa driver.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

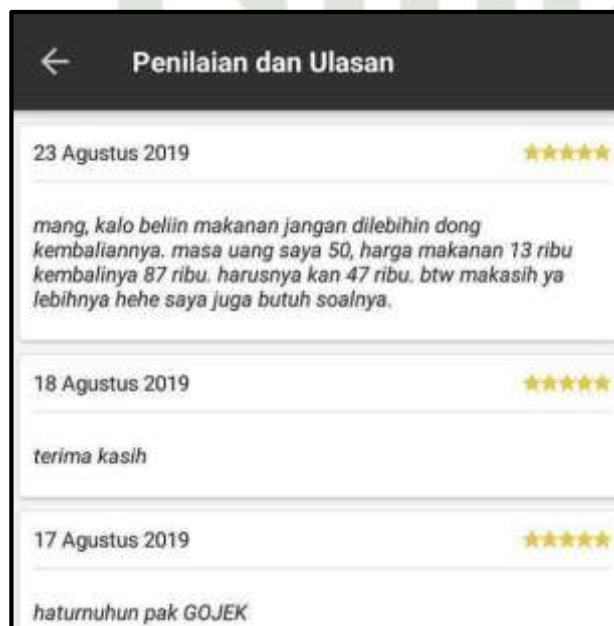
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 1.1 Ulasan Pelanggan

Penilaian pada MAXIM ini pun tidak sebagus kompetitornya seperti GO-JEK dan GRAB yang memiliki penilaian yang lebih kompleks, kurangnya pada aplikasi MAXIM ini tidak memiliki fitur ulasan langsung yang bisa memberitahukan kepada driver dimana letak kekurangan dan kesalahan pada driver tersebut. Terlihat pada gambar 1.2 bisa dilihat ulasan kostumer terhadap driver GO-JEK secara langsung, penilaian ini sangat berdampak kepada driver karena apabila driver mendapatkan bintang 1 maka performa driver tersebut akan menurun.

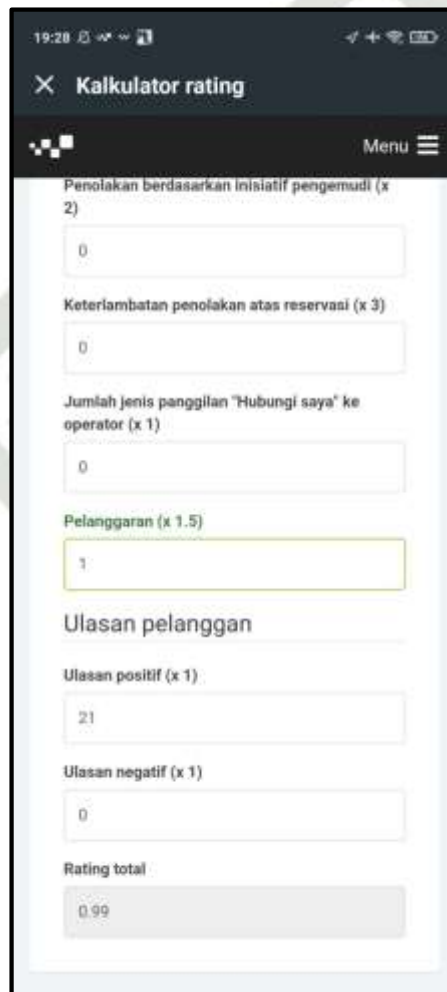


Gambar 1.2 Ulasan Pelanggan GO-JEK

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disini bisa terlihat jelas masih kurangnya pelayanan untuk kepuasan pelanggan pada perusahaan ini dikarenakan penilaian dari kostumer sendiri masih kurang berdampak kepada driver tersebut. Bisa dilihat pada gambar 1.3 point rating untuk penilaian performa driver, dari gambar tersebut ulasan negatif dari kostumer memiliki point yang kecil dari pada yang lainnya oleh karena itu ulasan dari kostumer tidak terlalu berdampak pada performa driver tersebut, maka dari itu perusahaan harusnya lebih meningkatkan kualitas pelayanan untuk kostumer supaya bisa makin bersaing dengan para kompetitor untuk kedepannya.



Kategori	Nilai	Berat
Penolakan berdasarkan inisiatif pengemudi	0	x 2
Keterlambatan penolakan atas reservasi	0	x 3
Jumlah jenis panggilan "Hubungi saya" ke operator	0	x 1
Pelanggaran	1	x 1.5
Ulasan positif	21	x 1
Ulasan negatif	0	x 1
<b>Rating total</b>	<b>0.99</b>	

Gambar 1.3 Kalkulator Rating MAXIM

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, dibutuhkan sarana dan prasarana yang mendukung dari proses pelayanan yang diberikan. Dalam dunia jasa terdapat beraneka ragam perilaku konsumen. Hal tersebut yang harus diketahui agar nantinya pelayanan yang diberikan akan maksimal dan sesuai dengan



harapan. Penggunaan metode *Servqual* cukup tepat untuk menganalisis tingkat kualitas sebuah penyedia layanan jasa, metode *servequal* ini merupakan sebuah kuisioner yang bertujuan untuk mengukur kualitas jasa dengan metode ini kita dapat mengetahui seberapa besar celah yang ada diantara persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan dan jasa (Prananda dkk, 2019) serta metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengurutkan berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi tindakan yang diperlukan (Adianto, 2014). Beberapa dari hasil penelitian yang menggunakan metode *Importance Performance Analysis* yakni dapat mengukur kepuasan pelayanan yang diberikan oleh ojek *online* dengan menggunakan beberapa variabel untuk menunjukkan hasil yang baik atau tidaknya (Hati, 2017)

Setelah mengurutkan beberapa elemen dari kumpulan jasa tindakan selanjutnya menentukan perbaikan yang membutuhkan prioritas utama perbaikan kinerja dengan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Dari beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh nilai index CSI 70,44%, yang menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen telah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan dengan mengetahui prioritas utama perbaikan kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) (Rizko, 2016).

Dengan diketahuinya persepsi kinerja dari layanan BIKE Maxim tersebut, diharapkan perusahaan Maxim dapat melakukan upaya-upaya sebagai perbaikan pada atribut-atribut yang masih dipersepsikan penting namun dianggap kurang baik oleh konsumen. Dengan demikian kualitas pelayanan dapat meningkat dan pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing yang baik diantara perusahaan transportasi online lainnya yang ada di Indonesia.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas diperoleh sebuah rumusan masalah yaitu “Bagaimana kualitas layanan *BIKE* pada *Maxim* berdasarkan kepuasan pelanggan dengan menggunakan Metode *Servqual*, IPA, dan PGCV”

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Menentukan tingkatan elemen – elemen pelayanan dari *BIKE* menggunakan *Importance Performance Analysis*.
2. Mengidentifikasi kepuasan pelanggan terhadap jenis layanan *BIKE* pada *Maxim*
3. Menentukan perbaikan layanan dengan *Potential Gain in Customer Value*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. *Maxim* dapat mengevaluasi kualitas layanan yang harus dijaga dan diperbaiki serta lebih ditingkatkan dari sebelumnya.
2. *Maxim* dapat meminimalisir kerugian akibat terjadinya penurunan kualitas pada layanannya.
3. Dapat menetapkan standar prioritas layanan yang akan diberikan kepada pelanggan.

## 1.5 Batasan Masalah

Agar masalah yang dibahas tidak terlalu luas, peneliti membatasi masalah pada penulisan laporan ini, yang mana sebagai berikut:

1. Hanya membahas bagian layanan *BIKE* pada aplikasi *Maxim*.
2. Tindakan perbaikan pada setiap elemen kualitas hanya sebatas rekomendasi.
3. Penelitian dilakukan pada pelanggan atau masyarakat yang berdomisili di Kota Pekanbaru.
4. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah mereka yang pernah menggunakan layanan *BIKE* minimal 30 kali orderan.

## 1.6 Posisi Penelitian

Nama	Judul	Tujuan	Lokasi	Tahun	Metode
Yandra Prananda, Dyah Rachmawati, Lucitasari dan M. Shodiq Abdul Khannan	Penerapan Metode Service Quality (SERVEQUAL) untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan	Untuk mengetahui hasil penelitian dari setiap dimensi pada SERVEQUAL	Yogyakarta	2019	Servequal
Weni Novandri, Sri Murni Setyawati dan Siti Zulaika Wulandari	Analisa Kinerja Produk UKM Batik Banyumas dengan Metode IPA dan PGCV	Untuk mengetahui hasil kinerja dari produk UKM batik Banyumas dan mengidentifikasi UKM batik Banyumas untuk meningkatkan mutu produk mereka berdasarkan pandangan konsumen	Banyumas	2011	Importance Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain of Customer
Herilna Rachmawati	Analisis kualitas pelayanan jasa menggunakan metode Servequal dan Importance performance Analysis di kantor perpustakaan dan arsip di kabupaten Karanganyer	Untuk mengetahui atribut apa sajakah yang mempengaruhi kinerja pengguna perpustakaan	Karanganyer	2010	Servequal dan Importance Performance Analysis

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Nama	Judul	Tujuan	Lokasi	Tahun	Metode
Yogi Murdianto, Retno Indah Rachmawati dan Andi Reza Perdanakusumo	Analisis pengaruh layanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode <i>Servequal</i>	Untuk mengetahui dampak yang simultan terhadap <i>variable</i> dependen kepuasan pelanggan	Malang	2019	<i>Servequal</i>
Sam Rizal Willy Purnansah	Analisis pelayanan kualitas gojek menggunakan pendekatan <i>servqual</i> , <i>importance performance</i> , dan <i>pototential gain in costumer value</i>	Untuk mengusulkan perbaikan layanan pada GO-JEK khususnya layanan GO-RIDE	Yogyakarta	2017	<i>Servequal</i> , <i>importance performance</i> , dan <i>pototential gain in costume r value</i>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memperjelas isi dari penelitian disusun sesuai sistematika penulisan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi masalah, dan sistem penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan setting penelitian dari penelitian sebelumnya, landasan teori untuk pemecahan masalah dan pembahasan masalah yang ada. Bab ini mencakup teori tinjauan literatur, kualitas, metode *Servequal*, IPA dan PGCV.

## **BAB II METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan topik penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, jenis penelitian, bahan penelitian, metode pengumpulan data, bahan penelitian, analisis data dan alat penelitian, analisis dan saran perbaikan berdasarkan hasil pengolahan data.

## **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini menjelaskan mengenai pengumpulan data yang didapat dari kuesioner yang diisi oleh responden. Data yang dikumpulkan, selanjutnya diuji menggunakan uji validitas dan uji realibilitasnya, lalu menguji menggunakan metode Servqual, IPA dan PGCV pada tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan.

## **BAB V ANALISA**

Bab ini membahas mengenai hasil dari analisa pengumpulan dan pengolahan data.

## **BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini dibahas hasil analisis pengumpulan dan pengolahan data, dan bab ini memberikan kesimpulan dan saran dari hasil analisis yang diarahkan pada item penelitian yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian ini. .

## BAB II LANDASAN TEORI

### 2.1 Jasa

Jasa, menurut Kotler, adalah kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak untuk pihak lain yang pada dasarnya tidak penting dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Layanan juga merupakan aktivitas yang menyediakan produk atau layanan tidak berwujud yang dapat dirasakan hasilnya. Kata pelayanan mengacu pada pemberian suatu pelayanan kepada orang lain yang membutuhkan pelayanan tersebut, tetapi menurut definisinya, pelayanan adalah suatu tindakan atau kegiatan dan bukan suatu objek yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada hakekatnya tidak berwujud, konsumen terlibat didalamnya (proses produksi) namun tidak mengarah pada hak milik.

Menurut Danang Sunyoto dan Fathonah Eka Susanti (2015: 59) menyatakan bahwa pemasaran adalah proses mengenali, memahami, merangsang, dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan mengarahkan sumber daya organisasi terhadap kebutuhan tersebut. Pemasaran jasa harus menyesuaikan dengan selera pelanggan, jumlah pendapatan dipengaruhi, tidak ada fungsi penyimpanan, dan kualitas barang dipengaruhi. Hal terpenting dalam pemasaran jasa tidak lain adalah kehandalan, daya tanggap, kepastian, simpati dan konkrit. Bauran pemasaran layanan adalah pekerjaan pengembangan dari bauran pemasaran. Bauran pemasaran atau bauran pemasaran produk meliputi 4P, yaitu: Produk, harga, lokasi, dan promosi. Sementara itu, kerangka kerja keempat P tersebut masih kurang memadai, sehingga pemasar menambahkan 3 unsur yaitu: orang, proses dan layanan pelanggan.

#### 2.1.1 Karakteristik Jasa

Menurut Kotler, jasa terdapat 4 ciri utama sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu:

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1. Intangibilitas

Jasa memiliki sifat tidak berwujud karena tidak dapat dilihat, diraba, diraba, didengar atau dicium sebelum peristiwa pembelian.

### 2. Tidak dapat dipisahkan

Jasa biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Ketika seseorang menyediakan layanan, mereka adalah bagian dari itu. Ada juga pelanggan ketika jasa ditawarkan, hubungan pelanggan-produsen merupakan ciri khusus dari pemasaran jasa.

### 3. Serbaguna (keanekaragaman)

Layanan ini sangat serbaguna karena tergantung pada siapa yang menawarkannya dan kapan ditawarkan. Pengguna layanan seringkali menyadari keragaman ini dan mendiskusikannya dengan orang lain sebelum memutuskan penyedia layanan.

### 4. Permanen

Layanan tidak dapat disimpan. Gangguan layanan tidak menjadi masalah ketika permintaan tidak stabil karena layanan dapat dengan mudah disiapkan sebelumnya. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa akan menghadapi masalah yang sulit.

## 2.2 Kualitas

Kualitas adalah kata yang harus dikuasai oleh penyedia layanan dengan baik. Menurut *American Society for Quality Control* (Kotler, 1994), kualitas secara keseluruhan merupakan karakteristik dan atribut dari suatu produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang tersirat. Kualitas ucapan penyedia jasa harus dibuat sebaik mungkin. Kualitas adalah fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan yang dirasakan.

### 2.2.1 Kualitas Jasa

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2000) adalah penyesuaian terhadap rincian, apabila kualitas ini dipandang sebagai tingkat keunggulan yang dapat dicapai, untuk mencapai keunggulan tersebut dilakukan pemantauan secara terus

menerus dalam suatu rangkaian yang memenuhi kebutuhan pengguna layanan. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2000) adalah penyesuaian terhadap rincian, apabila kualitas ini dipandang sebagai tingkat keunggulan yang dapat dicapai, untuk mencapai keunggulan tersebut dilakukan pemantauan secara terus menerus dalam suatu rangkaian yang memenuhi kebutuhan pengguna layanan.

Menurut Parasuraman (2006, p. 201), “Kualitas layanan merupakan konsep yang sulit dan kabur, sehingga sering terjadi kesalahan dalam menentukan sifat kualitas, dan tidak mudah untuk menyampaikan kualitas layanan dan lingkungannya kepada konsumen.” memaksa pihak penyelenggara universitas untuk menerapkan berbagai strategi menghadapi persaingan yang harus dilaksanakan dan dijalankan dengan sangat baik.

Berdasarkan definisi jasa, Tjiptono (2006) mengatakan bahwa jasa memiliki lima ciri bagi pembeli pertama.

1. *Intangibility* (tidak berwujud)  
Bentuk jasa tidak identik dengan barang. Jika barang adalah artikel, alat atau benda; Oleh karena itu, pelayanan adalah tindakan, perbuatan, pengalaman, proses dan pencapaian (*achievement*) atau usaha.
2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)  
Barang dapat dibuat, kemudian dijual, dan kemudian dikonsumsi. Jasa biasanya dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.
3. Variabilitas  
Heterogenitas (*Variable*) Jasa bervariasi melalui produk non standar yaitu banyak bentuk, kualitas dan jenisnya, tergantung dimana, kapan dan untuk siapa jasa tersebut ditujukan.
4. *Perishable* (tidak tahan lama)  
Jasa yang tidak permanen atau hanya bertahan sesaat dan tidak dapat dipertahankan.
5. Kurangnya kepemilikan  
Pada prinsipnya jasa tidak dapat dimiliki oleh konsumen karena jasa tidak ada dalam bentuk barang.

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (1993), Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat dipisahkan dari kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang diterima.

Menurut Pasuramani et al. (1998), yang dikutip oleh Tjiptono (2006), ada lima prinsip yang dapat digunakan untuk mengukur nilai kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti langsung (objek material), termasuk lokasi fisik, peralatan, sarana komunikasi karyawan.
2. Keandalan, yaitu kemampuan untuk menyampaikan penjelasan yang dijanjikan secara cepat, tepat dan memuaskan.
3. Daya tanggap, yaitu kesediaan staf untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. Representasi yang meliputi pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan keandalan personel tanpa biaya, risiko, atau keraguan.
5. Empati, termasuk membangun hubungan yang mudah, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang menitikberatkan pada pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen serta menyampaikannya secara akurat sehingga harapan konsumen seimbang. Penerapan kualitas sebagai ciri penampilan atau kinerja produk merupakan bagian penting dari strategi perusahaan untuk mencapai keunggulan berkelanjutan, baik sebagai pemimpin fundamental maupun sebagai strategi pertumbuhan berkelanjutan. Menurut Gronroos dalam (Tjiptono, 2004), kualitas pelayanan total terdiri dari tiga komponen utama, yang diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas teknis.  
Komponen-komponen yang berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Pelayanan yang terkait dengan hasil pelayanan yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan alat (teknologi) yang digunakan, akan melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat, handal dan memuaskan.



2. Kualitas fungsional.  
Komponen-komponen yang berhubungan dengan kualitas metode penyampaian jasa. Apakah ini lebih terkait dengan proses pengiriman atau bagaimana layanan diberikan kepada pelanggan? Ini termasuk transmisi informasi yang jelas, kemudahan kontak, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman kebutuhan pengguna.
3. Citra perusahaan  
Dalam kaitannya dengan reputasi produsen yang menawarkan jasa. Ini termasuk bahaya, risiko dan kesopanan yang dipertanyakan dan keandalan karyawan atau staf medis serta penampilan karyawan.

### 2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan Definisi kepuasan pelanggan menurut Zeithaml, Bitner dan Dwayne (2009:104) adalah "evaluasi pelanggan terhadap produk atau layanan apakah produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan". Menurutnya, kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan terhadap suatu produk atau jasa menurut apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Sekaligus definisi lain menurut Kotler dan Keller (2009):164), "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang akibat membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari suatu produk dengan harapan mereka".

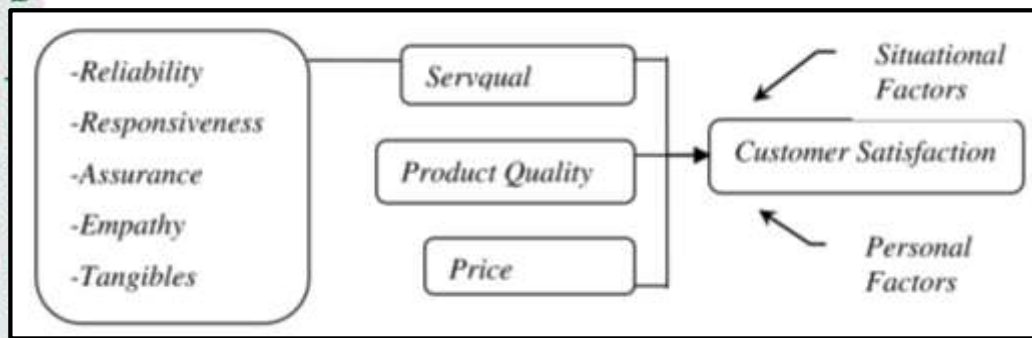
Menurutnya, kepuasan didefinisikan sebagai perasaan puas atau kecewa pelanggan yang muncul ketika efektivitas (atau hasil) produk yang dirasakan dibandingkan dengan harapan pelanggan. Oleh karena itu penulis menyimpulkan bahwa kepuasan adalah perbandingan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Bila kinerja di bawah harapan maka pelanggan atau konsumen kecewa, bila kinerja sesuai harapan maka pelanggan atau konsumen puas, dan bila kinerja di atas harapan maka pelanggan atau konsumen merasa sangat puas.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun model kepuasan pelanggan menurut Zeithaml (2000) adalah sebagai berikut:



Gambarr 2.1 Model Costumer Satisfaction

Definisi kepuasan pelanggan menurut Zeithaml, Bitner dan Dwayne (2009:104) adalah "evaluasi pelanggan terhadap produk atau layanan apakah produk atau layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan". Menurutnya, kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan terhadap suatu produk atau jasa menurut apakah produk atau jasa tersebut telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Sekaligus definisi lain menurut Kotler dan Keller (2009):164), "Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang akibat membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dari suatu produk dengan harapan mereka". Menurutnya, kepuasan didefinisikan sebagai perasaan puas atau kecewa pelanggan yang muncul ketika efektivitas (atau hasil) produk yang dirasakan dibandingkan dengan harapan pelanggan. Oleh karena itu penulis menyimpulkan bahwa kepuasan adalah perbandingan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Bila kinerja di bawah harapan maka pelanggan atau konsumen kecewa, bila kinerja sesuai harapan maka pelanggan atau konsumen puas, dan bila kinerja di atas harapan maka pelanggan atau konsumen merasa sangat puas.

### 2.3.1 Aspek yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara efektif, yaitu:

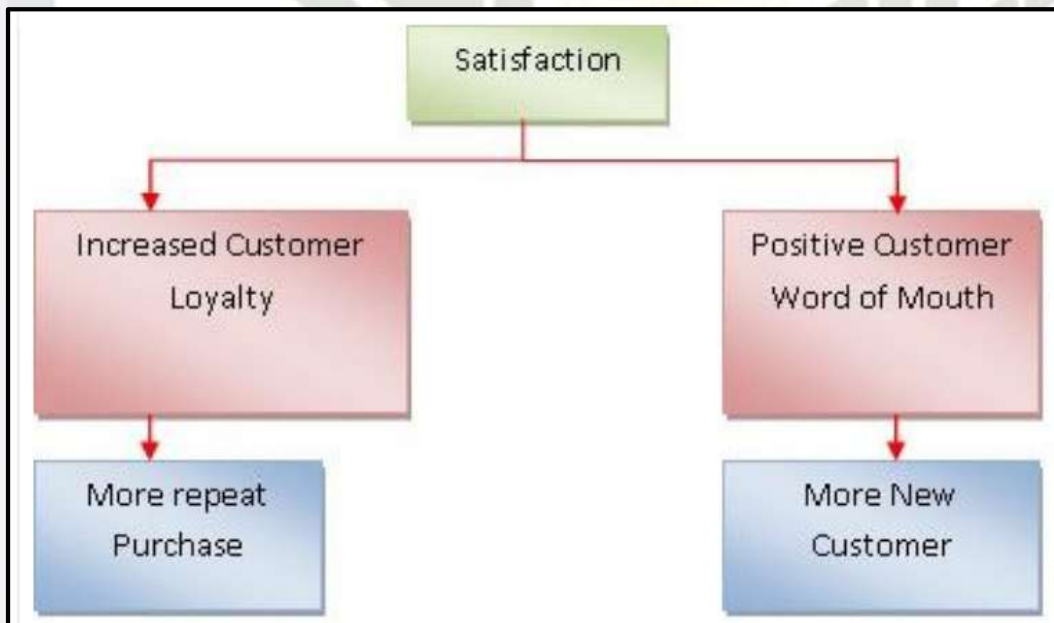
1. Biaya Garansi Beberapa perusahaan mengelola biaya garansi produk atau layanan mereka sebagai persentase dari penjualan. Kegagalan suatu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perusahaan untuk membuat pelanggan senang biasanya karena perusahaan tidak menjamin produk yang dijualnya kepada pelanggannya.

2. Penanganan Pengaduan Pelanggan. Secara statistik, hal ini penting untuk dicatat, tetapi seringkali terlambat bagi perusahaan untuk mengetahuinya. Jika keluhan pelanggan tidak segera diatasi, kesalahan pelanggan tidak dapat dicegah.
3. Pangsa pasar harus diukur dan dikaitkan dengan kinerja suatu perusahaan. Ketika pangsa pasar diukur, kuantitas layanan perusahaan diukur, bukan kualitasnya.
4. Biaya kualitas yang buruk, ini bisa menjadi nilai yang memuaskan jika biaya kegagalan pelanggan dapat diestimasi.
5. Laporan Industri. Ada banyak jenis laporan industri, seperti J.D. Kekuatan ditemukan di Bhote, yaitu laporan yang paling adil, akurat dan antusias diproduksi oleh perusahaan.
6. Guitinan berpendapat bahwa salah satu manfaat kepuasan pelanggan adalah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, seperti yang terlihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2.2 Bagan Konsekuensi Kepuasan Pelanggan



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada saat yang sama, Lovelock mengklaim bahwa kepuasan pelanggan membawa banyak manfaat bagi perusahaan dan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Dalam jangka panjang, mempertahankan pelanggan yang baik lebih menguntungkan daripada terus-menerus memperoleh dan memperoleh pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas menyebarkan kata positif dari mulut ke mulut dan malah menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi perusahaan, menurunkan biaya untuk mendapatkan pelanggan baru, seperti yang diilustrasikan pada gambar di bawah tentang manfaat kepuasan pelanggan.



Gambar 2.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tangkilisan, (2012:219), indikator Kualitas pelayanan yaitu :

1. Penampilan fisik (tangible) Meliputi fungsi-fungsi yang disampaikan, apakah memenuhi persyaratan kinerja tugas.
2. Keandalan (reliability) Meliputi jumlah informasi yang diberikan kepada konsumen yang wajar dan dapat dipertimbangkan
3. Kewajiban. Tanggung jawab penyedia jasa atau *service provider* terhadap pengaduan konsumen.
4. *Courtesy* (Distrik) Merupakan sikap pegawai pada saat memberikan pelayanan kepada konsumen.
5. Akses. Meliputi kemudahan akses informasi, murah dan mudahnya komunikasi dengan pejabat, kemudahan akses ke kantor perusahaan dan kemudahan proses.

Manfaat Kualitas Pelayanan (Azwar, 2006:105) Pelayanan yang baik pasti akan membawa kebaikan bagi perusahaan. Karena layanan ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab sosial perusahaan, maka dapat memberikan manfaat yang jelas bagi perusahaan, seperti:

1. Konsumen loyal terhadap perusahaan karena konsumen menganggap pelayanan perusahaan sangat baik, konsumen dapat menjadi pelanggan tetap perusahaan.
2. Alat iklan gratis untuk konsumen Konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan perusahaan, dalam hal ini konsumen dapat memberitahu rekan atau tetangganya untuk berbagi perusahaan.
3. Kesenambungan Jangka Panjang yang Terjamin Jika jumlah pelanggan setia meningkat, perusahaan tidak perlu khawatir tentang retensi pelanggan karena sudah memiliki pelanggan setia tersebut.
4. Konsumen terpuaskan dengan kebutuhannya Kebutuhan konsumen tidak hanya terkait dengan kualitas produk, tetapi juga kualitas layanan perusahaan Melalui pelayanan yang baik, konsumen merasa bahwa perusahaan memenuhi semua kebutuhannya.
5. Reputasi perusahaan semakin berkembang karena semakin banyak konsumen yang merasa puas dan menjadi pelanggan yang loyal, sehingga meningkatkan reputasi perusahaan di mata seluruh konsumen.
6. Keunggulan Kompetitif Perusahaan Maksudnya disini adalah perusahaan jasa dapat selangkah lebih maju dari pesaing lainnya karena konsumen mempercayai baik pelayanan maupun kualitas produk perusahaan.

## 2.4 Model Kualitas Layanan

Banyak yang dapat digunakan untuk menganalisis kualitas pelayanan, salah satunya adalah model gap yang dikembangkan oleh Parasuraman. Model ini selanjutnya akan disebut SERVQUAL. Dalam penelitiannya, Parasuraman dan kawan-kawan (Leonard L. Berry, Valerie A., Zeithaml) mengidentifikasi 5 gap yang menyebabkan kesalahan dalam penyampaian layanan, yaitu:

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Kesenjangan antara ekspektasi konsumen dan persepsi manajemen. Kenyataannya, manajemen tidak selalu dapat mengetahui atau memahami dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan. Karena itu, manajemen tidak mengetahui bagaimana merencanakan layanan dan layanan dukungan/bantuan apa yang diinginkan pelanggan.
2. Perbedaan antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan persyaratan kualitas layanan. Terkadang manajemen mampu memahami dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan, tetapi mereka tidak menetapkan standar kinerja yang jelas. Hal ini dapat disebabkan oleh tiga faktor yaitu kurangnya komitmen manajemen terhadap kualitas pelayanan, kurangnya sumber daya atau permintaan yang berlebihan.
3. Kesenjangan antara persyaratan kualitas layanan dan penyampaian layanan. Perbedaan ini disebabkan oleh banyak hal, seperti karyawan yang kurang terlatih, beban kerja yang melebihi batas, tidak dapat memenuhi standar kinerja, atau sama sekali tidak ingin memenuhi standar kinerja yang ditetapkan.
4. Kesenjangan antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan seringkali dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Risiko perusahaan adalah janji yang dibuat tidak dapat dipenuhi.
5. Kesenjangan antara pelayanan yang dialami dengan pelayanan yang diharapkan konsumen. Kesenjangan ini muncul ketika pelanggan mengukur kinerja/keberhasilan perusahaan secara berbeda atau ketika kualitas layanan dipersepsikan secara tidak benar. (Fandy Tjipton, 1996:80).

## 2.5 Metode SERVEQUAL

Model *Service Quality (Servqual)* dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Model ini juga dikenal sebagai model analisis kesenjangan, yang menjelaskan kepuasan pelanggan dengan konsumsi atau penggunaan suatu layanan. Model ini menekankan bahwa kualitas layanan dipersepsikan secara positif dan sebaliknya ketika efisiensi suatu fungsi meningkat lebih dari yang

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



diharapkan. Tujuan dasar pengembangan model kualitas layanan adalah untuk membantu manajer menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami peluang untuk meningkatkan kualitas layanan (Tjiptono, 2005). Dalam metode ServQual pengukuran kualitas sistem informasi, metode ServQual mencakup beberapa langkah utama (Fathoni, 2009) yaitu:

1. Menentukan variabel dan dimensi yang akan diukur.

Variabel adalah konsep yang nilainya bervariasi. Variabel pengukuran yang digunakan untuk menentukan kualitas pelayanan dengan metode servqual adalah:

a. Variabel bebas ( $X_n$ ) = hal konkrit ( $X_1$ ), kehandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), kepastian ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ).

b. Variabel dependen ( $Y$ ) = Kepuasan pelayanan

2. Membuat dan mendistribusikan kuesioner

Kuesioner dibuat dengan mengacu pada variabel dan dimensi yang ditentukan. Selain itu, dengan mempertimbangkan karakteristik dan metode pengambilan sampel, kuesioner disebar langsung kepada responden terpilih sesuai dengan kondisi industri.

3. Mengolah data hasil survey.

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner diedit sebelum evaluasi, kemudian ditabulasikan dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel. Selain itu, hasil pengolahan dapat diolah menggunakan model statistik dengan analisis deskriptif dan analisis inferensial.

4. Analisis data hasil pengolahan kuesioner.

Hasil analisis pengolahan kuesioner menjadi tujuan yang digunakan untuk mencapai tingkat kualitas sistem informasi yang ada. Intinya dapat dinyatakan sebagai nilai numerik yang mencerminkan pentingnya variabel dan dimensi kepuasan pelanggan. Penentuan besar kecilnya nilai skor ini didasarkan pada perbedaan antara kepuasan dengan persepsi pelayanan dengan kepuasan yang dicapai saat ini. Nilai perbedaan negatif berarti lebih kecil dari yang diharapkan. Berdasarkan penelitian Parasuraman, Zeithaml dan Berry, nilai gap disusun dalam Formula 1 berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

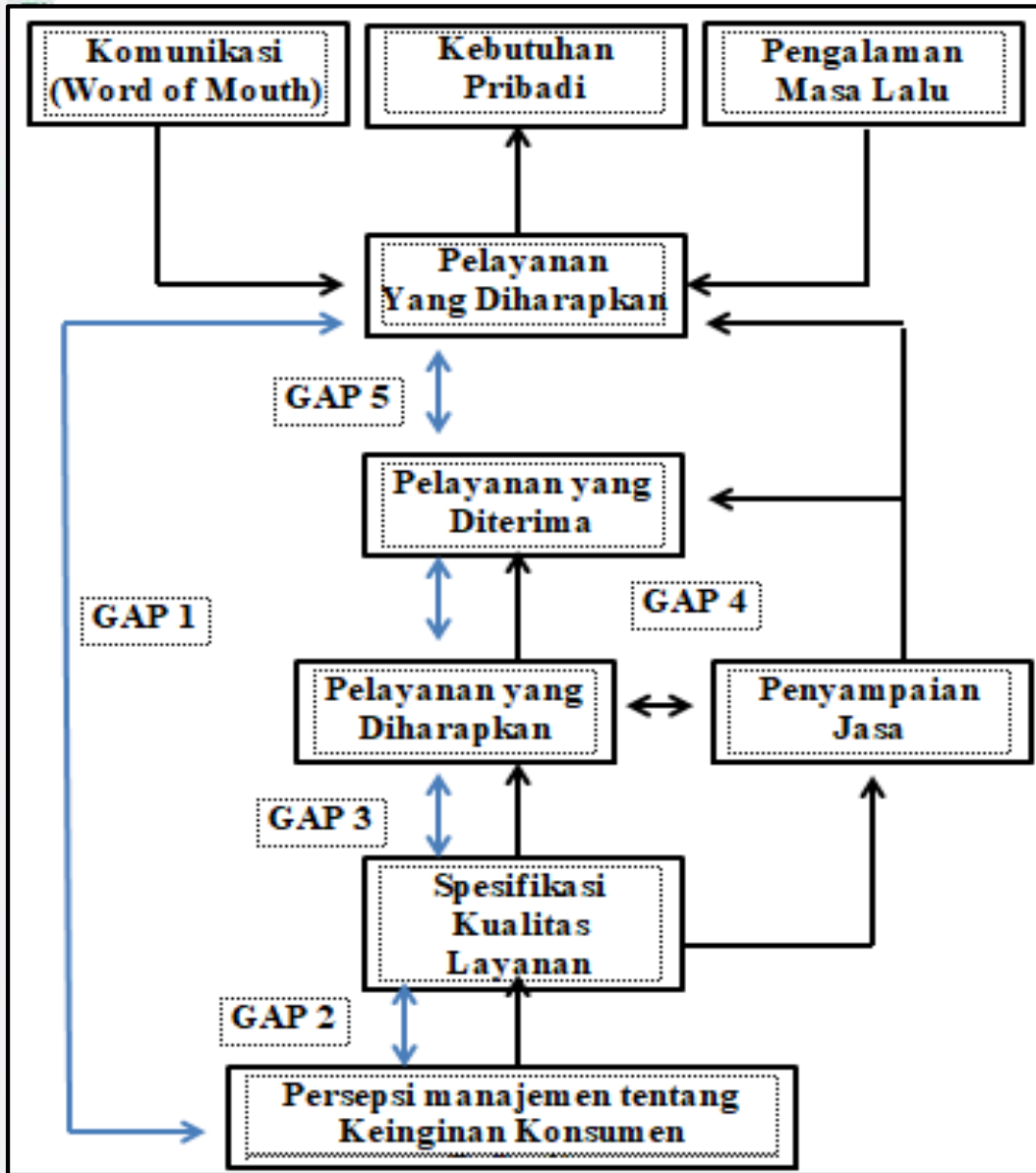
$$Q = P - E$$

Dari mana:

K = kualitas layanan pelanggan

E = jasa yang akan diterima

P = daya aktual yang diterima



Gambar 2.4 Konsep Metode Servequal

Dari gambar di atas, kita tahu bahwa model Servqual melibatkan analisis 5 kesenjangan yang mempengaruhi kualitas layanan. Kesenjangan pertama adalah

kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen pelanggan atau harapan pasien tidak selalu dapat secara akurat memahami harapan pasien. Kesenjangan lainnya adalah perbedaan antara pemahaman manajemen tentang harapan konsumen dan spesifikasi kualitas layanan. Dalam situasi tertentu, manajemen mungkin memahami dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan atau pasien, tetapi tidak menetapkan standar yang jelas.

Ini mungkin karena kurangnya komitmen manajemen terhadap kualitas layanan, kurangnya sumber daya dan permintaan yang berlebihan. Kesenjangan ketiga adalah kesenjangan antara persyaratan kualitas layanan dan penyampaian layanan, yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain karyawan yang tidak terlatih dengan baik (tidak menguasai tugasnya), beban kerja yang terlalu berat, karyawan yang tidak mampu memenuhi standar kinerjanya, atau bahkan karyawan tidak mau memenuhi standar kinerjanya. Selain itu, karyawan terkadang dihadapkan dengan standar yang bertentangan, mis. Misalnya, perawat perlu mendengarkan keluhan atau masalah pasien, tetapi juga perlu melayani pasien dengan cepat. Kesenjangan keempat adalah perbedaan antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan atau pasien seringkali dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Risikonya adalah ekspektasi pelanggan meningkat dan menjadi sulit dipenuhi, terutama ketika perusahaan membuat janji muluk-muluk. Kesenjangan kelima adalah kesenjangan antara layanan yang dirasakan dan layanan yang diharapkan, yang muncul ketika pelanggan atau pasien mengukur kinerja atau pencapaian perusahaan dalam dimensi yang berbeda atau salah memahami kualitas layanan. Model Servqual didasarkan pada asumsi bahwa konsumen membandingkan keefektifan atribut layanan dengan standar ideal atau sempurna untuk setiap atribut. Ketika fungsi melampaui standar, persepsi kualitas layanan secara keseluruhan meningkat dan sebaliknya. Model ini menganalisis kesenjangan antara harapan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan atau diketahui (Tjiptono, 2014:273).

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

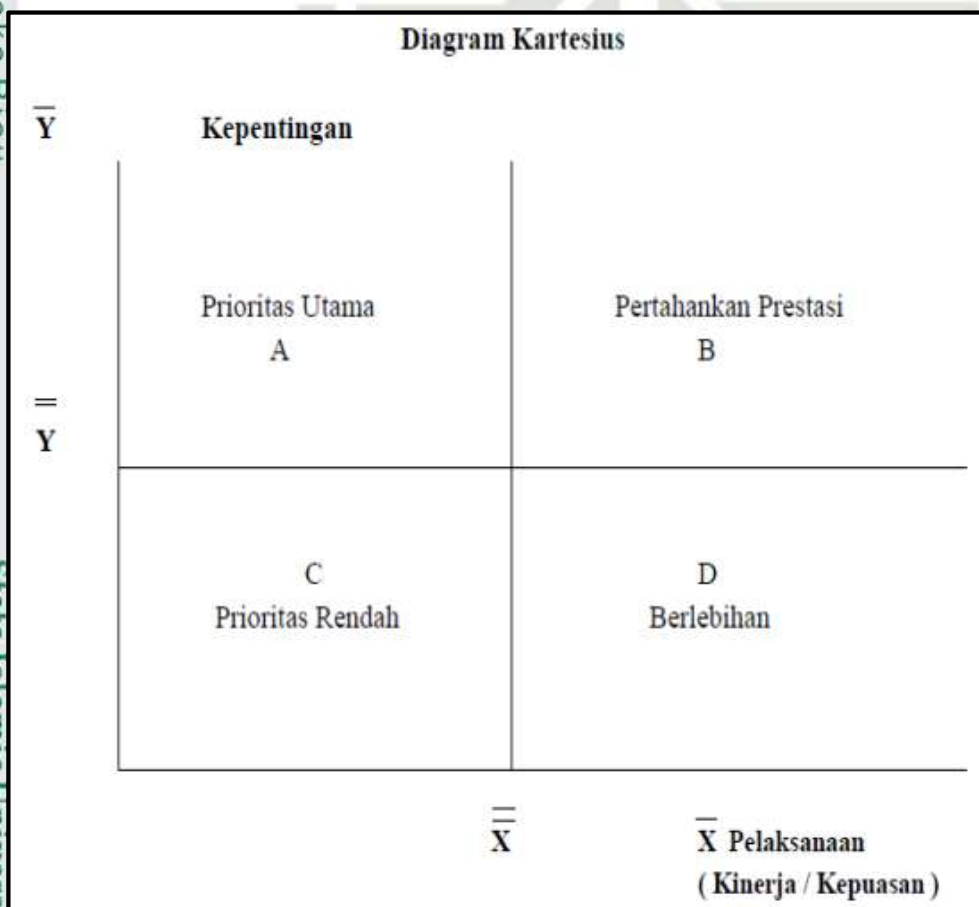
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.6 Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Tjiptono (2011), teknik ini pertama kali diusulkan oleh Martilla dan James dalam artikel mereka tahun 1977 “*Importance Performance Analysis*” yang diterbitkan dalam *Journal of Marketing*. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai kepentingan dan efisiensi perusahaan, kemudian rata-rata kepentingan dan efisiensi dianalisis dalam matriks efisiensi-kepentingan, dengan sumbu x mewakili observasi dan sumbu y mewakili harapan. Kemudian diperoleh hasil berupa empat kuadran, seperti terlihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 2.4 Matrix *Importance Performance Analysis*

Adapun interpretasi dari kuadran tersebut adalah sebagai berikut:

### 1. Primer

Terdapat faktor-faktor dalam kuadran ini yang dianggap penting dan/atau diharapkan oleh konsumen, tetapi kinerja perusahaan dipandang kurang

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memuaskan, sehingga perusahaan harus fokus pada pengalokasian sumber daya untuk meningkatkan kinerja di kuadran ini.

2. **Pertahankan kerja bagus**

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan dapat mendukung kepuasan konsumen, sehingga perusahaan harus mempertahankan pencapaian tersebut.

3. **Prioritas Rendah**

Kuadran ini memuat faktor-faktor yang memiliki tingkat persepsi atau kinerja nyata yang rendah dan tidak terlalu penting atau diharapkan oleh konsumen, sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau lebih memperhatikan faktor-faktor tersebut.

4. **Berlebihan**

Di kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan pelanggan tidak berharap banyak, sehingga organisasi sebaiknya merealokasi sumber daya yang terkait dengan faktor tersebut ke faktor lain dengan tingkat prioritas yang lebih tinggi.

Ini adalah teknik yang digunakan untuk mengukur kepentingan dan tingkat kinerja atribut. Informasi yang dibahas dalam penelitian ini berasal dari survei dan jawaban atas semua pertanyaan kuesioner. *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah alat yang digunakan untuk menganalisis atau membandingkan sejauh mana pengguna suatu layanan dapat mempersepsikan kinerja/layanan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Tingkat keberlakuan merupakan hasil perbandingan poin-poin manfaat dan poin-poin penting implementasi, oleh karena itu tingkat keberlakuan ini menentukan skala prioritas.

2.7 **Potential Gain in Costumer Values (PGCV)**

Alat ini digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh pabrikan. Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan tidak dapat merekomendasikan perbaikan yang sangat penting. Oleh karena itu digunakan alat analisis lain yaitu analisis dengan menggunakan nomor indeks PGCV.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Analisis pelanggan menggunakan indeks PGCV pertama kali ditulis dalam majalah *Quality Progress*, Maret 1997 oleh William C. Hom, di mana ia menyatakan bahwa indeks PGCV adalah konsep dan alat sederhana untuk analisis pelanggan. Pengukuran laju PGCV adalah:

1. *Achive Customer Value* (ACV)

Produk dari variabel realitas dengan variabel harapan. ACV menunjukkan nilai yang dicapai oleh opini konsumen.

$$ACV = \sqrt{\bar{X}_i} x \sqrt{\bar{Y}_i}$$

Dimana :

$X_i$  = Nilai rata – rata kenyataan

$Y_i$  = Nilai rata – rata harapan

2. *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV)

Nilai yang diinginkan pengguna akhir. Untuk mencari nilai UDCV, mengalikan rata-rata nilai yang diharapkan dengan nilai kinerja tertinggi dalam kuesioner yang didistribusikan skala Linkert.

$$UDCV = \sqrt{\bar{Y}_t} x P_{max}$$

Dimana :

$Y_t$  = Nilai rata-rata harapan

$P_{max}$  = Nilai kinerja (performance) maksimal

3. *Indeks Potential Gain in Customer Values* (PGCV)

Nilai kualitas tertinggi dari indeks PGCV ditetapkan sebagai target utama perbaikan. Kemudian nilai kedua dan seterusnya menjadi urutan perbaikan berikutnya secara berturut-turut. Sehingga Anda dapat melihat fitur-fitur yang perlu ditingkatkan terlebih dahulu untuk mencapai kepuasan pelanggan.

$$\text{Indeks PGCV} = \text{UDCV} - \text{ACV}$$

Dimana :

UDCV = Nilai konsumen akhir yang diinginkan

ACV = Hasil kali variabel kenyataan dengan variabel harapan

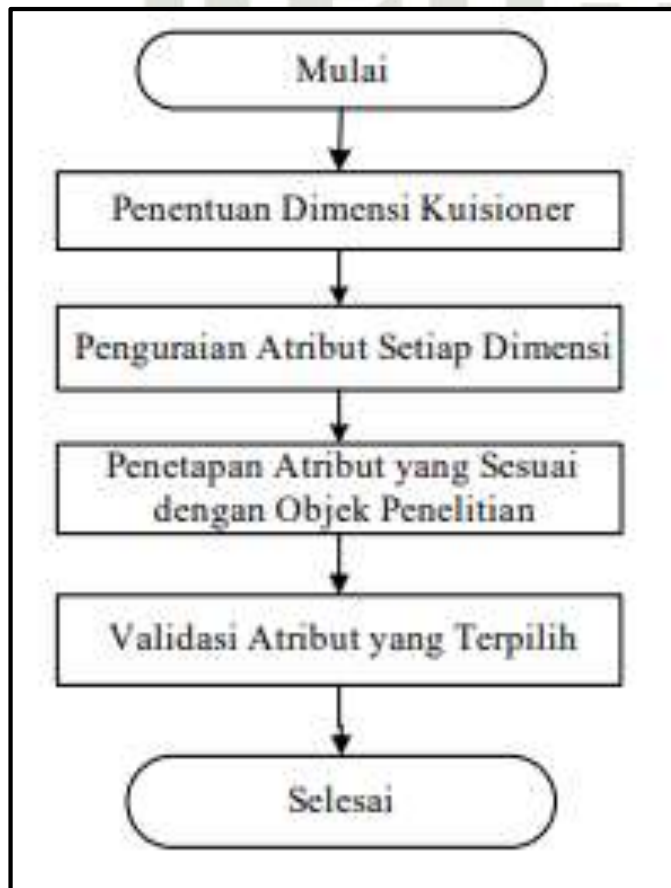


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Darmawan dkk (2014) PGCV melengkapi metode IPA. Metode ini merupakan cara mudah untuk menganalisis pelanggan. Kenyamanan ini memberikan cara untuk membandingkan plot IPA Cartesian dalam format kualitatif yang lebih detail.

Metode PGCV ini dapat digunakan untuk menganalisis setiap atribut yang diperiksa. Keunggulan ini dapat digunakan untuk melengkapi analisis IPA, dimana metode tersebut hanya memisahkan atribut-atribut menjadi bagian-bagian yang terutama perlu perbaikan atau tidak. Diharapkan hasil kajian ini dapat memberikan masukan dan evaluasi kepada TransJakarta untuk membantu menentukan strategi peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan masyarakat.



Gambar 2.5 Perancangan Kuisisioner PGCV

Saat mengumpulkan data survei dari sampel, data yang dikumpulkan harus diuji. Pengujian dimulai dengan menganalisis seberapa banyak data yang harus dikumpulkan secara cukup objektif untuk menentukan apakah sampel yang dikumpulkan cukup mewakili penelitian Puskesmas Kabupaten Cilegon dan

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diararang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Cibeber. pusat kesehatan daerah. Persyaratan informasi cukup N' N = 0 100, yaitu informasinya cukup, sehingga jumlah kuesioner 100 responden dianggap cukup.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner cukup reliabel untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Pengujian dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 16. Hitung nilai rata-rata dengan cara membagi total nilai atribut kepuasan dibagi dengan jumlah responden, dan membagi total nilai karakteristik minat dibagi dengan jumlah responden. Dengan rumus berikut:

$$\sum x = \frac{\sum x}{\text{Jumlah Responden}}$$

Penghitungan ACV untuk setiap fitur Kalikan rata-rata skor tingkat kepentingan dengan rata-rata skor tingkat kepuasan yang diperoleh dari hasil survei. Dengan rumus berikut:

$$\text{ACV} = \text{Performance} \times \text{Importance}$$

Perhitungan UDCV untuk setiap karakteristik dengan cara mengalikan rata-rata skor tingkat kepentingan yang diperoleh dari hasil survei dengan skor realitas tertinggi yang mungkin diperoleh dari skala Likert. Dengan rumus berikut:

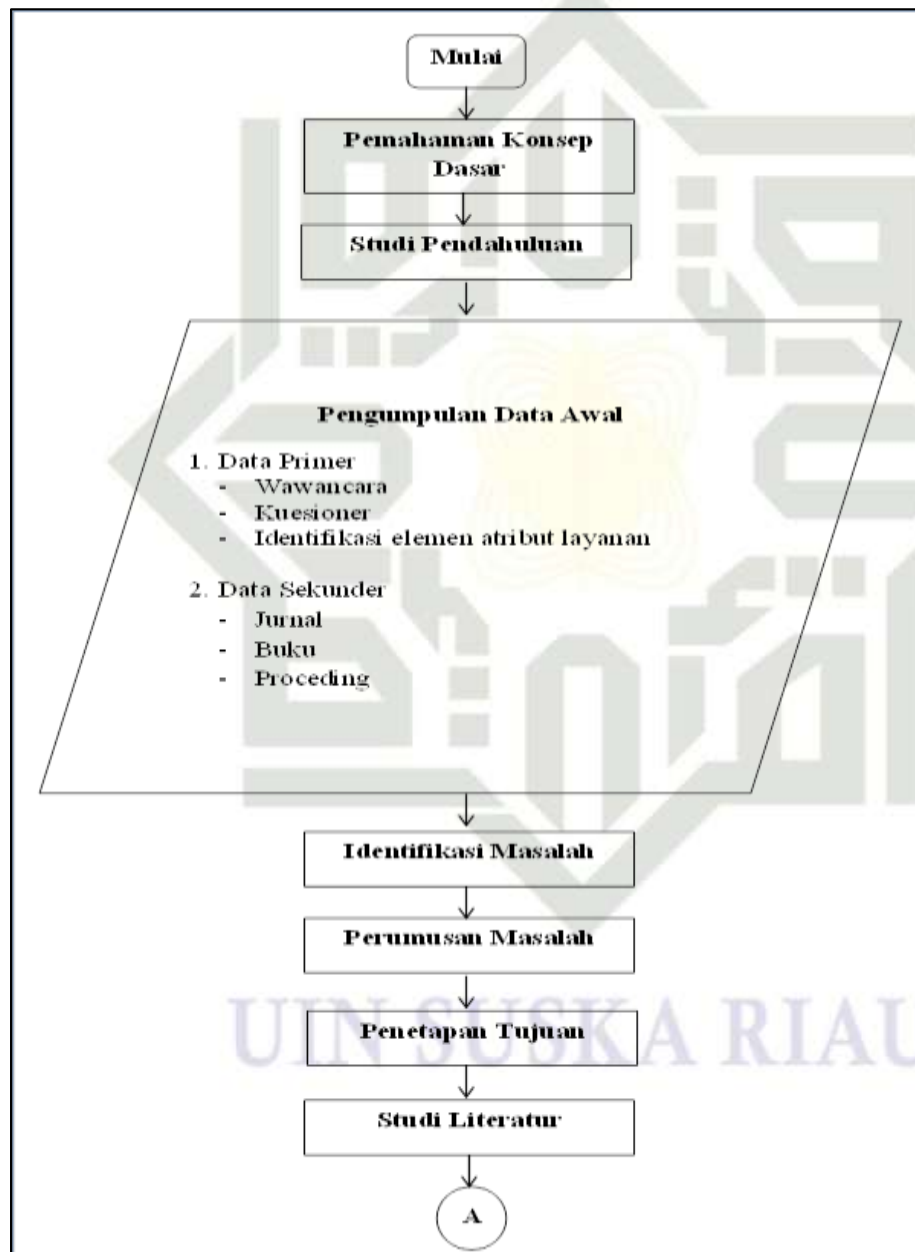
$$\text{UDCV} = \text{Importance} \times \text{Nilai performance maksimal}$$

Peta Grafik Indeks PGCV Grafik Indeks PGCV menunjukkan perbandingan nilai PGCV setiap fitur dengan rata-rata nilai total PGCV (PGCV Mean). Atribut di atas rata-rata lebih banyak mengalami peningkatan.

Menurut Hom (1997), indeks PGCV diperoleh dengan mengurangi nilai UDCV (*Ultimate Desired Customer Value*) yang diperoleh dengan mengalikan nilai kepentingan yang dipilih oleh pelanggan dengan nilai kinerja tertinggi pada skala Likert dalam kuesioner ACV. tercapai). Nilai Pelanggan) Nilai diperoleh dengan mengalikan variabel kepentingan dan variabel kinerja pilihan konsumen. Nilai indeks PGCV tertinggi diprioritaskan untuk peningkatan kinerja, dll.

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan urutan dalam melaksanakan penelitian agar lebih terarah dan sistematis. Metodologi ditetapkan lebih awal agar pencarian solusi dari permasalahan yang ditemukan lebih mudah. Metodologi yang dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian

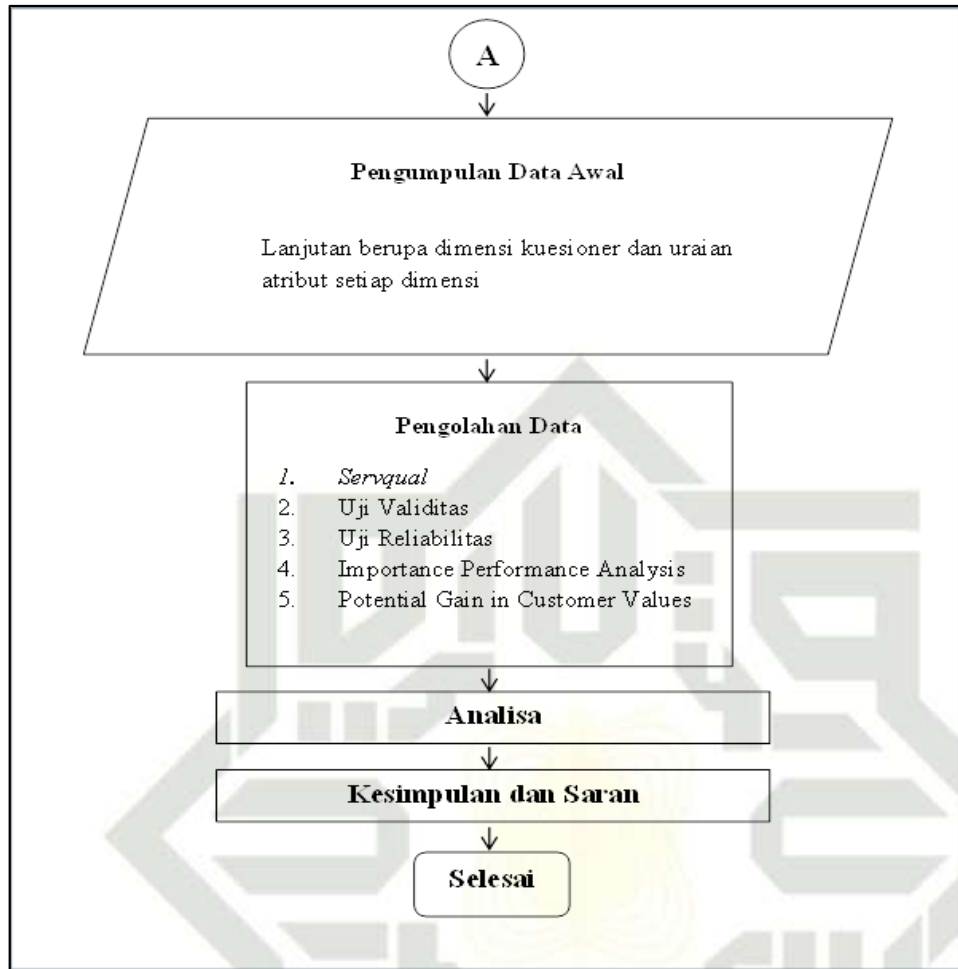
### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 3.1 Flowchart Metodologi Penelitian (Lanjutan)

### 3.1 Pemahaman Konsep Dasar

Memahami konsep dasar merupakan langkah riset awal untuk meningkatkan kualitas layanan jenis layanan BIKE di aplikasi Maxim. Dalam memahami konsep dasar akan diketahui apakah konsep *Servqual*, IPA dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) dapat diterapkan pada sektor jasa khususnya pada sektor transportasi online. Buku dan jurnal digunakan sebagai landasan teoritis atau sebagai literatur untuk mengkonsolidasikan pemahaman konsep.

### 3.2 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan adalah langkah untuk mengetahui aspek atribut pada layanan *BIKE*, dengan adanya studi pendahuluan permasalahan yang ada pada

proses layanan jenis layanan *BIKE* dapat diidentifikasi dengan mudah. Studi pendahuluan diidentifikasi pada jenis layanan *BIKE* di aplikasi *Maxim*.

### 3.3 Pengumpulan Data Awal

Pengumpulan data awal berguna untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi mengenai adanya penurunan kualitas pelayanan di jenis layanan *BIKE*. Data yang dikumpulkan terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang dikumpulkan pada penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung seperti wawancara, kuesioner, waktu dan alur proses pemesanan jenis layanan *BIKE*. Wawancara berguna untuk mengetahui apa-apa saja yang dikeluhkan dari sudut pandang *customer* terhadap pelayanan *maxim*, kuesioner berisi sejumlah pernyataan yang ditujukan kepada *customer* yang telah selesai melakukan pemesanan layanan *BIKE*, kuesioner bertujuan untuk menilai sekaligus mengidentifikasi kualitas pelayanan yang berasal dari hasil keluhan *customer* terhadap pelayanan jenis *BIKE*.

Sedangkan data sekunder pada penelitian ini adalah sumber yang digunakan seperti jurnal, *proceeding*, buku. Data sekunder digunakan untuk mengkaitkan latar belakang permasalahan berdasarkan teori yang dianggap berhubungan dengan permasalahan yang diangkat, sehingga dengan adanya jurnal, *proceeding*, buku bisa menjadi referensi untuk pemecahan masalah yang ada.

### 3.4 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang akan dikemukakan dan memperjelas masalah yang akan diteliti. Data yang didapat kemudian diidentifikasi dengan tujuan untuk menghilangkan penyebab terjadinya penurunan kualitas pelayanan. Permasalahan yang terjadi pada jenis layanan *BIKE* adalah ketidakpuasan *customer* pada atribut pelayanan seperti lamanya waktu kedatangan driver, sikap pengemudi, serta jenis motor yang tidak sesuai dengan yang tertera di aplikasi.

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





### 3.9 Pengolahan Data

Setelah data diterima, langkah selanjutnya adalah mengolah data menggunakan metode yang ditentukan. Pengolahan data meliputi pengolahan data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data untuk mencapai tujuan penelitian. Pengolahan data ini harus dilakukan agar data awal yang diperoleh dapat dianalisis dan kemudian dapat ditarik kesimpulan atau permasalahan penelitian ini terjawab.

#### 3.9.1 *Servqual*

Metode *Servqual* digunakan sebagai ukuran kualitas layanan. Analisis dimulai dengan kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen, setiap pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala (Likert), yaitu apakah menurut pelanggan penting untuk dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kegiatan tersebut baik atau buruk.

#### 3.9.2 Uji Validitas Data

Uji validitas data digunakan untuk menguji apakah setiap atribut pertanyaan mengungkapkan faktor yang diteliti sesuai dengan kondisi populasi.

#### 3.9.3 Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas data digunakan untuk menguji reliabilitas kuisisioner sebagai alat pengumpulan data yang cukup reliabel. Angka koefisien reliabilitas bervariasi antara 0,00 dan 1,00. Item kuisisioner tergolong reliabel jika menghasilkan  $\alpha > 0,60$ .

#### 3.9.4 *Importance Performance Analysis*

Dalam metode ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja dianalisis menurut tingkat kepentingannya. Matriks kinerja dimana sumbu x merepresentasikan persepsi sedangkan sumbu y merepresentasikan harapan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.9.5 *Potential Gain in Customer Values (PGCV)*

Alat ini digunakan untuk memprioritaskan perbaikan yang akan dilakukan oleh penyedia layanan. Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan tidak dapat merekomendasikan perbaikan yang sangat penting. Oleh karena itu digunakan alat analisis lain yaitu analisis dengan menggunakan nomor indeks PGCV. Nilai kualitas tertinggi dari indeks PGCV ditetapkan sebagai target utama perbaikan. Kemudian nilai kedua dan seterusnya menjadi urutan perbaikan berikutnya secara berturut-turut. Sehingga Anda dapat melihat fitur-fitur yang perlu ditingkatkan terlebih dahulu untuk mencapai kepuasan pelanggan.

### 3.10 **Analisa**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan, kita dapat menganalisis hasil pengolahan data di masa yang akan datang. Analisis mengarah pada tujuan penelitian dan menjawab pertanyaan dari rumusan masalah.

### 3.11 **Kesimpulan dan Saran**

Tahap terakhir dari penelitian ini adalah menarik kesimpulan dan saran. Kesimpulan adalah jawaban dari tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Meskipun saran tersebut merupakan rekomendasi kepada perusahaan dan pihak peneliti selanjutnya yang akan melakukan pembicaraan yang sama.

1. Diararang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diararang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian, disimpulkan sebagai berikut:

Dari hasil pengolahan menggunakan metode IPA, diketahui bahwa hanya terdapat 1 atribut yang berada pada kuadran A, 22 atribut berada di kuadran B, 3 atribut berada di kuadran C dan 4 atribut berada di kuadran D. jadi atribut-atribut yang perlu menjadi prioritas untuk dioptimalkan adalah terutama atribut-atribut yang berada di kuadran A dan kuadran D karena perusahaan belum mampu memberikan kineja yang memuaskan.

Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini merupakan atribut pada item 25 yaitu:

- a. Tepat waktu dalam pengantaran *customer* ke alamat tujuan ataupun penjemputan

Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah atribut pada item 4, 10, 11, 23 yaitu:

- a. Menghubungi *customer* untuk konfirmasi alamat penjemputan
- b. Ketersediaan *driver* dalam komunikasi
- c. Lamanya waktu tunggu mendapatkan *driver* terdekat
- d. Wajah *driver* sesuai dengan profil pada akun *maxim*

2 Dari seluruh variable pernyataan yang berjumlah 30, tidak terdapat satupun variable yang menunjukkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Maxim.

3 Yang menjadi prioritas dalam perbaikan yaitu yang pertama pada atribut 6 “Driver tanggap terhadap kenyamanan konsumen”, yang kedua atribut 17 “Penyampaian bahasa *driver* yang sopan”, ketiga atribut 5 “Pelayanan yang diberikan driver cepat dan tepat sesuai dengan harapan *customer*”, yang keempat atribut 12” Kemudahan pemesanan menggunakan layanan *Bike* bagi





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

customer”, yang kelima atribut 8” Driver mengetahui jalan tercepat menuju tujuan”

**Saran**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut ini saran yang dapat diberikan oleh peneliti:

Pihak perusahaan

Maxim merupakan perusahaan jasa transportasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat banyak, maka dari itu hendaknya kualitas pelayan ditingkatkan dan dikontrol oleh penyedia layanan terhadap mitranya demi terciptanya kualitas pelayanan yang sangat memuaskan

Peneliti selanjutnya

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu agar peneliti mengaplikasikan perbaikan terhadap pelayanan pelanggan yang diberikan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Devani, V., & Rizko, R. A. (2016). Metode Customer Satisfaction Index ( CSI ) dan Potential Gain in Customer Value ( PGCV ). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(2), 24–29.
- Gucci, A. F., & Setiawan, H. (2017). *Pengukuran Indeks Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan dan Penentuan Prioritas Perbaikan Di Puskesmas Dengan Metode ( Potential Gain in Customer Value ) Di Kota Cilegon*. 5(3), 321–325
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Philip\_Kotler\_Manajemen\_Pemasaran\_Edisi.pdf* (p. 19). <http://docplayer.info/31435130-Bab-iii-landasan-teori-membeli-untuk-mewujudkan-kepuasan-konsumen-maka-perusahaan-harus.html>
- Nugraha, R., Ambar, H., & Adianto, H. (2014). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis (Studi kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, 1(3), 221–231. <https://ejournal.itenas.ac.id/index.php/rekaintegra/article/view/279>
- Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di Sbu Laboratory Cibitung Pt Sucofindo (Persero). *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.12777/jati.9.1.1-10>
- Paramitasari, N. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode SERVQUAL Di Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Magister*, 02(01), 83–94.
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Opsi*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>
- Reni, T., Studi, P., Akuntansi, P., Keguruan, F., Ilmu, D. A. N., & Surakarta, U. M. (2020). *PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA JASA OJEK ONLINE GO-JEK PADA MAHASISWA PENDIDIKAN AKUNTANSI ANGKATAN 2016 UNIVERSITAS*.
- Saputra, Y. S., & Hati, S. W. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Ojek Online (Wakjek) Di Kota Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 1(1), 96–121.

<https://doi.org/10.30871/jaba.v1i1.1271>

Setyaningsih, E., Ismawan, E., & Hidayat, T. (2018). *Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Maxim di Balikpapan*. 33–38.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



## DOKUMENTASI



© Hak

iau

amic Ur

Kasim Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BIOGRAFI PENULIS



Nama Dedi Arfael adalah seorang remaja yang lahir pada tanggal 01 September tahun 1997. Penulis lahir di Duri, kabupaten bengalis. Penulis merupakan anak ke-2 dari 4 bersaudara yang merupakan anak dari pasangan Ayahanda Ardani dan Ibunda Sumiarti yang juga berdarah Minangkabau asli.

Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu :

Tahun 2003	Memasuki Sekolah Dasar Negeri 042 Duri, dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2009.
Tahun 2009	Memasuki jenjang pendidikan menengah pertama di SMP 1 Mandau pada tahun 2012.
Tahun 2012	Memasuki pendidikan menengah atas di SMAN 1 Mandau dan selesai pada tahun 2015.
Tahun 2015	Melanjutkan pendidikan di UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Teknik Industri.
Email	dediarfael4@gmail.com
Nomor Handphone	0823-7723-8454