

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN OJEK ONLINE (GF) (Studi Kasus: Royal Plaza)

Ika Widya Ardhyani^{1*}, Moch. Anshori², Nikma Yucha³, Gusti Adriansyah⁴,
Fajar Mauludhani⁵

*E-mail Korespondensi: ika_widya@dosen.umaha.ac.id

^{1,2,4,5}Teknik Industri, Fakultas Teknik

Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia

³Manajemen, Fakultas Ekonomi

Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Royal Plaza Surabaya, sehingga didasarkan pada hasil analisa lima dimensi kualitas layanan dalam model Servqual untuk menciptakan pelayanan yang berkualitas dan diharapkan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Jumlah populasi subjek dalam penelitian ini pelanggan Grabfood wilayah Royal Plaza sebanyak 700 orang dengan sampel terdiri 232 orang dengan menggunakan teknik clustering sampling data yang terkumpul dianalisa dalam skala Servqual yang menggambarkan kesenjangan (gap) kualitas pelayanan yang diharapkan dan kenyataan yang diterima pelanggan sehingga diketahui tingkat kepuasan yang terdapat pada atribut layanan yang terdiri dari lima dimensi Servqual yaitu Tangible (Bukti Fisik), Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan) dan Emphaty (Empati). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas layanan Grabfood belum bisa sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan karena semua atribut memiliki kesenjangan bernilai negatif. Dari hasil Integrasi metode Servqual dan pengukuran diagram kartesius atribut dominan berada pada kuadran I, nilai atribut Tangible sebesar -1,5303 nilai atribut Reliability sebesar -1,2121 nilai atribut Responsiveness sebesar -0,7013 nilai atribut Assurance sebesar -0,5065 nilai atribut Emphaty sebesar -0,8983. Oleh karena itu pihak Perusahaan perlu mempertahankan kualitas layanan dan berupaya untuk meningkatkan kualitas layanannya agar optimal dan meletakkan atribut yang berada pada kuadran lain ke kuadran I.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Kepuasan pelanggan*

ABSTRACT

This study aims to determine the quality of service on customer satisfaction at Royal Plaza Surabaya, based on the results of the analysis of five dimensions of service quality in the Servqual model to create quality services and are expected to have an effect on customer satisfaction. The population of the subjects in this study were 700 people, Grabfood customers in the Royal Plaza area, with a sample consisting of 232 people using the clustering sampling technique. The collected data were analyzed on the Servqual scale, which is described in front (gap) of the expected service quality and the reality received by the customer so that it is known. the level of satisfaction contained in the service attribute which consists of five dimensions of Servqual, namely Tangible (Physical Evidence), Reliability (Reliability), Responsiveness (Responsiveness), Assurance (Assurance) and Empathy (Empathy). The results of the study indicate that the quality of Grabfood's services has not fully met customer expectations because all attributes have negative values. From the results of the integration of the Servqual method and the measurement of the Cartesian diagram, the dominant attribute is in quadrant I, the Tangible attribute value is -1,5303 the Reliability attribute value is -1,2121 the Responsiveness attribute value is -0.7013 the Assurance attribute value is -0.5065 attribute value Empathy is -0.8983. Therefore, the Company needs to maintain service quality and strive to improve its service quality so that it is optimal and puts attributes that are in other quadrants into quadrant I.

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Grab (sebelumnya dikenal Grab Taxi) merupakan salah satu perusahaan startup yang berasal dari Singapura. Pada penelitian ini akan dilakukan pengukuran kualitas layanan yang tersedia pada Grab, yaitu layanan "Pesanan Antar Makanan" atau biasa disebut "GrabFood". Analisa data pada penelitian ini menggunakan Metode Servqual (*Service Quality*) serta pengujian menggunakan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) untuk melihat sebaik apa kualitas pelayanan dari perusahaan untuk memenuhi dan memperbaiki atribut kepuasan terhadap pelanggan, mengingat bahwa kualitas pelayanan itu penting untuk mewujudkan nilai kepuasan pelanggan. Maka daripada itu, dibuatlah penelitian tentang kualitas pelayanan yang telah dilakukan apa sudah memenuhi dan sesuai dengan harapan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Service Quality merupakan model yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari masing-masing suatu dimensi, sehingga akan diperoleh nilai *Gap* (kesenjangan) yang merupakan persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima. *Service Quality* merupakan bentuk sikap, terkait namun tidak sama dengan kepuasan yang dihasilkan dari perbandingan harapan dan performa. *Service Quality* pada dasarnya dicatat sebagai syarat penting dan juga sebagai penentu daya saing sebuah layanan untuk membangun, dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan (Kesumajayansyah, 2020).

(Skor ServQual = Skor Persepsi – Skor Harapan)

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode untuk memetakan persepsi pelanggan terhadap kepentingan (*importance*) aspek pelayanan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja (*performance*) dari aspek pelayanan untuk mengidentifikasi layanan yang perlu ditingkatkan. Thersia dalam (Fachrurozy, 2017).

Dalam metode IPA (*Importance Performance Analysis*) terdiri dari tempat kuadran, yaitu:

1. Kuadran I, wilayah yang memuat item-item menggunakan tingkat kepentingan yang cukup tinggi tetapi kenyataannya belum sesuai dengan harapan pelanggan. Item-item yang masuk kuadran ini wajib segera ditingkatkan kinerjanya.
2. Kuadran II, wilayah yang memuat item-item yang memiliki tingkat kepentingan relatif

tinggi menggunakan tingkat kepuasan yang cukup tinggi juga. Item yang masuk kuadran ini dianggap menjadi faktor untuk penunjang bagi kepuasan pengguna sehingga harus permanen dipertahankan karena seluruh item ini berakibat produk atau jasa tadi unggul pada mata pelanggan.

3. Kuadran III, wilayah yang memuat item-item dengan taraf kepentingan cukup rendah dan fenomena kinerjanya tak terlalu menggunakan tingkat kepuasan yang cukup rendah. Item yang masuk kuadran ini menyampaikan pengaruh sangat kecil terhadap manfaat yang di rasakan sang pengguna.
4. Kuadran IV, wilayah yang memuat item-item menggunakan tingkat kepentingan yang relatif rendah dan dirasakan sang pengguna terlalu berlebihan menggunakan tingkat kepuasan yang cukup tinggi. Biaya yang digunakan buat menunjang item yang masuk kuadran ini dapat dikurangi supaya dapat berhemat pada pengeluaran.

PRIORITAS UTAMA (I)	PERTAHANKAN PRESTASI (II)
PRIORITAS RENDAH (III)	BERLEBIHAN (IV)

Gambar 1 Diagram Kartesius

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Grabfood Royal Plaza Surabaya. Jumlah sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan tabel Cohen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah clustering sampling. Clustering sampling merupakan teknik pengambilan sampel secara random dimana populasi dibagi menjadi berbagai cluster dan masing-masing cluster merupakan kelompok individu yang homogen. Dalam jumlah populasi pelanggan Grab food adalah 700 pelanggan rata-rata perbulan, sehingga jumlah sampel yang harus diambil untuk tingkat kepercayaan 90% adalah berjumlah 232.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini yang pertama akan dibahas mengenai gambaran dari responden yang berisi usia dan jenis kelamin yang memakai jasa Grabfood dalam 2 bulan pada Februari – Maret 2022. Semua informasi mengenai hasil penelitian ini dan informasi responden tersebut diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, sebagai berikut :

Tabel 1. Identitas Responden

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	114	49%
Perempuan	118	51%
Jumlah	231	100%
Usia	Jumlah	Presentase
17-25 tahun	192	83%
26-35 tahun	31	13%
36-45 tahun	9	4%
>45 tahun	0	0%
Jumlah	232	100%

Uji validitas dilakukan menggunakan *software* SPSS, sebelum dilakukan perhitungan terlebih dahulu ditentukan nilai *r* tabel dengan melihat nilai untuk *r* tabel untuk jumlah responden 232 dengan signifikan 5% (tingkat kepercayaan 95% atau *alpha* 0,05) pada distribusi nilai *r* tabel *product moment*. Maka ditemukan nilai *r* tabel adalah sebesar 0,0754. Selanjutnya dilakukan pengujian terhadap data kuesioner untuk mengetahui nilai *r* hitung dalam setiap item dalam setiap item dengan memperlihatkan nilai *pearson correlation* pada tabel output SPSS.

Tabel 2. Rekapitulasi Uji Validitas Penilaian Harapan

ITEM	Pearson Correlacton	R Tabel	Keputusan
T1	0,499	0,0754	Valid
T2	0,587	0,0754	Valid
T3	0,624	0,0754	Valid
T4	0,489	0,0754	Valid
T5	0,509	0,0754	Valid
T6	0,629	0,0754	Valid
T7	0,637	0,0754	Valid
T8	0,684	0,0754	Valid
R1	0,611	0,0754	Valid
R2	0,555	0,0754	Valid
R3	0,557	0,0754	Valid
R4	0,556	0,0754	Valid
RD1	0,444	0,0754	Valid
RD2	0,562	0,0754	Valid
RD3	0,603	0,0754	Valid
RD4	0,485	0,0754	Valid
A1	0,601	0,0754	Valid
A2	0,591	0,0754	Valid
A3	0,555	0,0754	Valid
A4	0,513	0,0754	Valid
A5	0,538	0,0754	Valid
E1	0,659	0,0754	Valid
E2	0,628	0,0754	Valid
E3	0,633	0,0754	Valid
E4	0,477	0,0754	Valid

Tabel 4. *Cronbach's Alpha* untuk Kuisioner Harapan

Tabel 3. Rekapitulasi Uji Validitas Penilaian Kenyataan

ITEM	Pearson Correlacton	R Tabel	Keputusan
T1	0,720	0,0754	Valid
T2	0,687	0,0754	Valid
T3	0,741	0,0754	Valid
T4	0,642	0,0754	Valid
T5	0,657	0,0754	Valid
T6	0,688	0,0754	Valid
T7	0,748	0,0754	Valid
T8	0,743	0,0754	Valid
R1	0,718	0,0754	Valid
R2	0,737	0,0754	Valid
R3	0,662	0,0754	Valid
R4	0,742	0,0754	Valid
RD1	0,614	0,0754	Valid
RD2	0,693	0,0754	Valid
RD3	0,734	0,0754	Valid
RD4	0,613	0,0754	Valid
A1	0,611	0,0754	Valid
A2	0,581	0,0754	Valid
A3	0,658	0,0754	Valid
A4	0,617	0,0754	Valid
A5	0,606	0,0754	Valid
E1	0,743	0,0754	Valid
E2	0,693	0,0754	Valid
E3	0,714	0,0754	Valid
E4	0,630	0,0754	Valid

Uji preliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, instrument yang reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas pada kuesioner harapan di dapatkan nilai Alpha *Crobach's* yaitu 0,912 yang artinya tingkat reliabilitas pada kuesioner harapan reliabel.

Reliability Statistics

Alpha	N of Items
.912	25

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas pada kuesioner kenyataan di dapatkan nilai *Alpha Crobach's* yaitu 0,950 yang artinya tingkat reliabilitas pada kuesioner kenyataan reliabel.

Tabel 5. *Cronbach's Alpha* untuk Kuisisioner Kenyataan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	25

Metode *servqual* (*service quality*) yaitu metode yang mengukur kualitas layanan atribut masing-masing dimensi, dan akan memperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima.

Skor Nilai Servqual = nilai persepsi - nilai harapan

Jadi, jika nilai gap kurang dari nol, maka dikatakan tidak puas, jika lebih dari nol maka dikatakan puas atau sesuai dengan harapan konsumen.

Tabel 6. Jumlah, Rata - Rata dan GAP

Bukti Fisik (T)	T5	3,7229	4,3420	-0,6190
	T6	3,5000	4,2922	-0,7922
	T7	2,8312	4,3615	-1,5303
Kehandalan (R1)	T8	3,4242	4,3420	-0,9177
	R1	3,6688	4,2814	-0,6126
	R2	3,1061	4,3182	-1,2121
	R3	3,7879	4,3290	-0,5411
Daya Tanggap (RD1)	R4	3,1667	4,3290	-1,1623
	RD1	3,4416	4,1147	-0,6732
	RD2	3,7165	4,3030	-0,5866
	RD3	3,5584	4,2597	-0,7013
Asuransi (A1)	RD4	3,9784	4,3874	-0,4091
	A1	3,9394	4,3290	-0,3896
	A2	4,0758	4,3788	-0,3030
	A3	3,8377	4,3442	-0,5065
	A4	3,9545	4,4264	-0,4719
Empati (E1)	A5	3,9957	4,3528	-0,3571
	E1	3,5563	4,3550	-0,7987
	E2	3,5476	4,3398	-0,7922
	E3	3,4848	4,3831	-0,8983
	E4	3,5770	4,2792	-0,7022

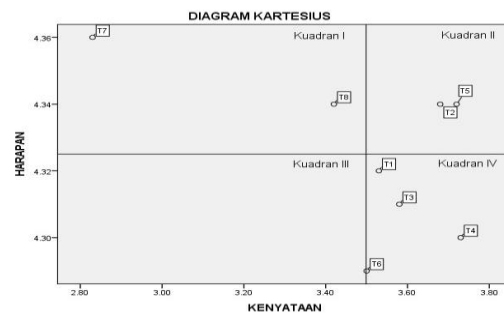
SERVQUAL

Dimensi	Item	Skor Kenyataan (Presepsi)	Skor Harapan	Skor SERVQUAL
Bukti Fisik (T)	T1	3,5346	4,3160	-0,7814
	T2	3,6753	4,3355	-0,6602
	T3	3,5779	4,3139	-0,7359
	T4	3,7251	4,2965	-0,5714

Keterangan: adalah item yang mempunyai nilai negatif terbesar

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kinerja Pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan dan perbaikan yang perlu dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya agar senantiasa mampu memuaskan pelanggan.

Tangible

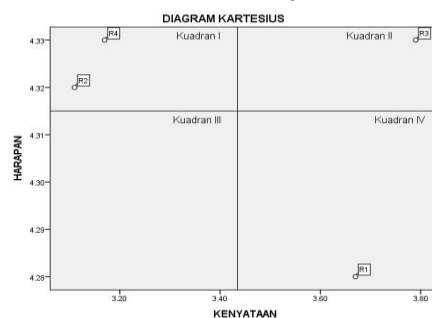


Gambar 2. Diagram Kartesius dimensi *Tangible*

Item-item yang berada dalam kuadran I, adalah:

- (T7): Driver membawa hand sanitizer agar selalu bersih saat melakukan kontak.
- (T8): Aplikasi yang digunakan oleh konsumen mudah dimengerti dan mudah digunakan serta upgrade aplikasi pada android atau IOS.

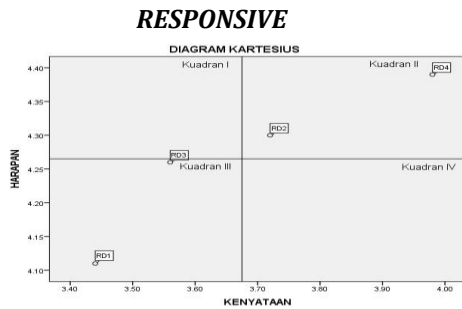
Reliability



Gambar 3. Diagram Kartesius dimensi *Reliability*

Item-item yang berada dalam kuadran I, adalah :

- (R4): Driver mengantarkan pesanan Grabfood dengan tepat waktu.
- (R2): Kehandalan aplikasi, yaitu fitur pemantau driver Grab pada aplikasi.



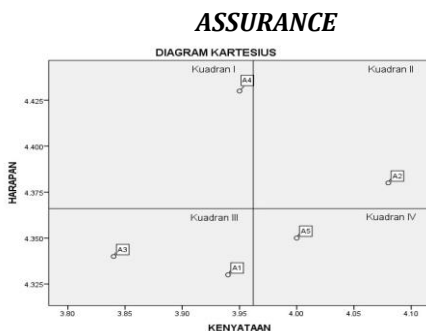
Gambar 4 Diagram Kartesius dimensi Responsive

Item-item yang berada dalam kuadran II, adalah :

- (RD4): Grab Tanggap ketika ada pemesanan dari pelanggan.
- (RD2): Aplikasi Grab menghubungkan pelanggan dan driver dengan cepat.

Item-item yang berada dalam kuadran III, adalah :

- (RD3): Driver memberikan layanan yang responsif dan tepat kepada pelanggan serta memberi informasi yang jelas.
- (RD1): Grab tanggap memberikan solusi apabila terjadi permasalahan ketika pelanggan memesan.

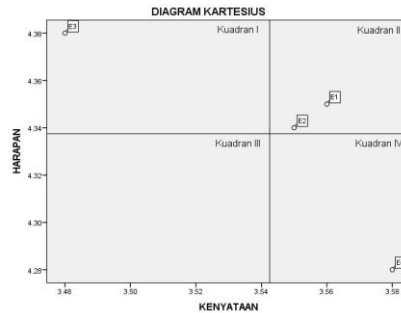


Gambar 5 Diagram Kartesius dimensi Assurance

Item-item yang berada dalam kuadran I, adalah :

- (A4) : Driver plmemiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan tugasnya.

EMPATHY



Gambar 6 Diagram Kartesius dimensi Empathy

Item-item yang berada dalam kuadran I, adalah:

- (E3): Grab merupakan bisnis transportasi yang mengutamakan kepuasan pelanggan.

Item-item yang berada didalam kuadran I akan menjadi prioritas yang utama dalam melakukan perbaikan. Adapun item-item tersebut adalah:

1. Driver membawa *hand sanitizer* agar selalu bersih saat melakukan kontak (T7). Item pada pertanyaan ini dinilai sangat penting oleh pelanggan terbukti pada kuesioner harapan (90,0%) pelanggan memberikan jawaban sangat setuju. Namun pada kuesioner kenyataan hanya diperoleh (18,8%) sebagian pelanggan menginginkan driver selalu membawa *hand sanitizer* saat memberikan pesannya agar lebih steril dimasa pandemi.
2. Aplikasi yang digunakan oleh konsumen mudah dimengerti dan mudah digunakan serta upgrade aplikasi pada android atau IOSi(T8). Item pada kuesioner harapan ini dinilai setuju oleh pelanggan terbukti (56,2%) pelanggan memberi jawaban sangat setuju. Namun pada kuesioner kenyataan hanya diperoleh (45,7%) pelanggan kurang setuju jika aplikasi mudah digunakan oleh pelanggan. Karena pelanggan menginginkan aplikasi yang mudah digunakan agar bisa menggunakannya dengan nyaman.
3. Driver mengantarkan pesanan Grabfood dengan tepat waktu (R4). Item pada pertanyaan ini dinilai sangat penting oleh pelanggan terbukti (58,6%) pada kuesioner harapan pelanggan memberikan jawaban sangat setuju. Namun pada kuesioner harapan hanya diperoleh (35,5%) pelanggan yang

kurang setuju jika driver mengantarkan pesanan Grabfood dengan tepat waktu, maka dari itu sangatlah penting pihak perusahaan untuk memberikan edukasi kepada driver agar bisa lebih mengutamakan harapan pelanggan, hal ini juga bertujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

4. Keandalan aplikasi, yaitu fitur pemantau driver Grab pada aplikasi (R2). Item pada pertanyaan ini dinilai sangat penting oleh pelanggan terbukti (56,7%) pada kuesioner harapan pelanggan memberikan jawaban setuju. Namun pada kuesioner kenyataan hanya diperoleh (40,9%) pelanggan merasa kurang setuju terhadap keandalan aplikasi berupa fitur pemantau driver, karena fitur pemantau tersebut masih ada lagging di beberapa momen. Solusi perbaikan yang dapat dilakukan adalah perbaikan fitur pada aplikasi untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik.
5. Driver memiliki pengetahuan dan ketrampilan pada tugasnya (A4). Item pada pertanyaan ini dinilai sangat setuju oleh pelanggan terbukti (88,5%) pada kuesioner harapan pelanggan memberikan jawaban sangat setuju. Namun pada kuesioner kenyataan hanya diperoleh (18,5%) pelanggan merasa jika ada beberapa driver yang pengetahuan dan ketrampilannya masih kurang. Solusi perbaikan adalah mungkin pihak perusahaan harus memberikan pelatihan kepada drivernya agar lebih kompeten dalam bidangnya yang bertujuan untuk memberikan kepuasan pelanggan.
6. Grab merupakan bisnis transportasi yang mengutamakan kepuasan pelanggan (E3). Item pada pertanyaan ini dinilai sangat penting oleh pelanggan terbukti (54,4%) pada kuesioner harapan pelanggan memberikan jawaban sangat setuju. Namun pada kuesioner kenyataan hanya diperoleh (48,8%) pelanggan merasa tidak setuju jika Grab merupakan layanan jasa yang mengutamakan kepuasan pelanggan. Untuk solusi perbaikan adalah memberikan kualitas pelayanan khusus yang baik saat mendapat komplain dari pelanggan, memberikan follow up terkait komplain permasalahan yang didapat oleh pelanggan dan memprioritaskan sebagai tanggung jawab perbaikan kualitas.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Hasil perhitungan skor Servqual untuk setiap pasang pernyataan, adalah semua atribut dan semua dimensi memiliki nilai negatif. Setiap dimensi terdapat nilai negatif terbesar sebagai berikut :
 - a. Dalam dimensi Tangible, semua item bernilai negatif. Item-item dengan nilai negatif terbesar adalah Driver membawa hand sanitizer agar selalu bersih saat melakukan kontak - 1,5303.
 - b. Dalam dimensi Reliability, semua item bernilai negatif. Item-item dengan nilai negatif terbesar adalah Keandalan aplikasi, yaitu fitur pemantau driver Grab pada aplikasi adalah sebesar -1,2121.
 - c. Dalam dimensi Responsiveness, semua item bernilai negatif. Item-item dengan nilai negatif terbesar adalah Driver memberikan layanan yang responsif dan tepat kepada pelanggan serta memberi informasi yang jelas adalah sebesar -0,7013.
 - d. Dalam dimensi Assurance, semua item bernilai negatif. Item-item dengan nilai negatif terbesar adalah Ramah ketika melayani pelanggan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas yaitu sebesar -0,5065.
 - e. Dalam dimensi Empathy, semua item bernilai negatif. Item-item dengan nilai negatif terbesar adalah Grab merupakan bisnis transportasi yang mengutamakan kepuasan pelanggan yaitu sebesar -0,8983.
2. Hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA) atau diagram kartesius, diperoleh item-item yang menjadi prioritas utama Perusahaan agar dapat melakukan perbaikan, item-item menjadi prioritas utama yang berada pada kuadran I, sebagai berikut :
 - a. Driver membawa hand sanitizer agar selalu bersih saat melakukan kontak. Solusi perbaikan perlu adanya pelatihan atau edukasi terhadap driver agar lebih mementingkan kebersihan di kondisi atau situasi pandemi. Berharap dengan adanya pelatihan tersebut pelanggan menjadi lebih aman dan nyaman saat melakukan kontak dengan driver.

- b. Aplikasi yang mudah digunakan untuk solusi disarankan untuk melakukan perbaikan fitur pada aplikasi agar pelanggan lebih nyaman saat melakukan pemesanan.
 - c. Driver mengantarkan pesanan Grabfood dengan tepat waktu. Perusahaan perlu untuk memberikan pemahaman kepada karyawan dan driver agar lebih tepat waktu atau efisiensi dalam mengantarkan pesanan pelanggan, efektifitas waktu itu penting dalam bidang layanan jasa khususnya transportasi agar pelanggan puas terhadap layanan yang diberikan kepada pelanggan.
 - d. Keandalan aplikasi, yaitu fitur pemantau driver Grab pada aplikasi. Solusi perbaikan fitur pada aplikasi untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik.
 - e. Driver memiliki keterampilan dalam pekerjaannya. Solusi perbaikan adalah memberikan pelatihan atau edukasi terhadap karyawan atau driver agar lebih terampil terhadap pekerjaannya, karena dalam layanan jasa bukan hanya mengantarkan produk tapi ada nilai penting yaitu keterampilan dalam bekerja.
 - f. Grab merupakan bisnis transportasi yang mengutamakan kepuasan pelanggan. Untuk solusi perbaikan adalah memberikan kualitas pelayanan khusus yang baik saat mendapat komplain dari pelanggan, memberikan follow up terkait komplain permasalahan yang yang didapat oleh pelanggan dan memprioritaskan sebagai tanggung jawab perbaikan kualitas.
- Arief, C. P. M. (2017). Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan (Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan). Malang: Bayumedia Publishing.
- Fachrurrozy, M. and Rachmawati, I. (2017) 'Analisis Kualitas Pelayanan Pada Gojek Bandung', *Jurnal Governansi*, 2(2) :10.30997.
- Kesumajayansyah, Heru, (2019). Analisa Kepuasan Pelanggan Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Di SF Digital Phot Service. *Jurnal Analisa Kepuasan Pelanggan*. V 18(1): 39-46
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2018). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc
- Murdianto, Y., Rochmawati, R. I. and Perdanakusuma, A. R. (2019) 'Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang)', *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(1), pp. 603–612.
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung [The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at JNE Branch in Bandung]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 11(2), 265– 289
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality dan Satisfaction Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardhyani, I.W dan Singgih, M.L, (2017). Pengukuran Kualitas Layanan Dengan Higher Education Performance (HEdPERF) dan Higher Education Service Quality (HiEdQUAL). *IW Ardhyani, dkk / Teknika*, Vol. 1, No.1, Juni 2017, 25-32