



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 1752-1771

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT X dengan Menggunakan Metode *Service Quality* (Servqual)

Revina Sabira Septiyani^{1✉}, Syarah Rizkia Feriaty², Bagas Caesar Maulidani³

Universitas Pelita Bangsa

Email: revinasabiraseptiani@gmail.com^{1✉}

Abstrak

PT X adalah perusahaan modal ventura yang bergerak di bidang pembiayaan mikro untuk perempuan berpenghasilan rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT X. Dalam persaingan industri jasa keuangan yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor strategis untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Servqual*, yang mengukur lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 105 responden yang merupakan nasabah aktif PT X. Data dianalisis dengan menghitung skor gap antara persepsi dan ekspektasi pelanggan untuk masing-masing dimensi. Hasil Perhitungan nilai gap dimensi menunjukkan bahwa dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) memiliki nilai gap tertinggi sebesar 0,52, yang mengindikasikan bahwa dimensi ini sudah memenuhi harapan responden. Perhitungan nilai gap menunjukkan bahwa dimensi Bukti Fisik (*tangibles*) memiliki nilai gap terendah sebesar -0,11 yang mengindikasikan bahwa dimensi ini belum memenuhi harapan responden. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan PT X, dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata actual *Servqual score* adalah 96% yang menunjukkan bahwa nasabah belum puas dengan layanan yang diberikan oleh PT X.

Kata Kunci: *Jasa Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Metode Servqual, Service Quality, Ekspektasi dan Persepsi, Kuisisioner*

Abstract

PT X is a venture capital company engaged in microfinance for low-income women. This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction at PT X. In the increasingly competitive financial services industry, service quality has become a strategic factor in maintaining customer loyalty. The method used in this study is Servqual, which measures five dimensions of service quality: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires to 105 respondents who are active customers of PT X Branch. The data were analyzed by calculating the gap score between customers' perceptions and expectations for each dimension. The calculation results show that the Responsiveness dimension has the highest gap score of 0.52, indicating that this dimension meets the respondents' expectations. On the other hand, the Tangibles dimension has the lowest gap score of -0.11, indicating that this dimension does not meet the respondents' expectations. Based on the results of the study conducted at PT X Branch, it can be concluded that the average actual Servqual score is 96%, indicating that customers are not yet satisfied with the services provided by PT X Branch.

Keywords: *Service Delivery, Customer Satisfaction, Servqual Method, Service Quality, Expectations and Perceptions, Questionnaire*

PENDAHULUAN

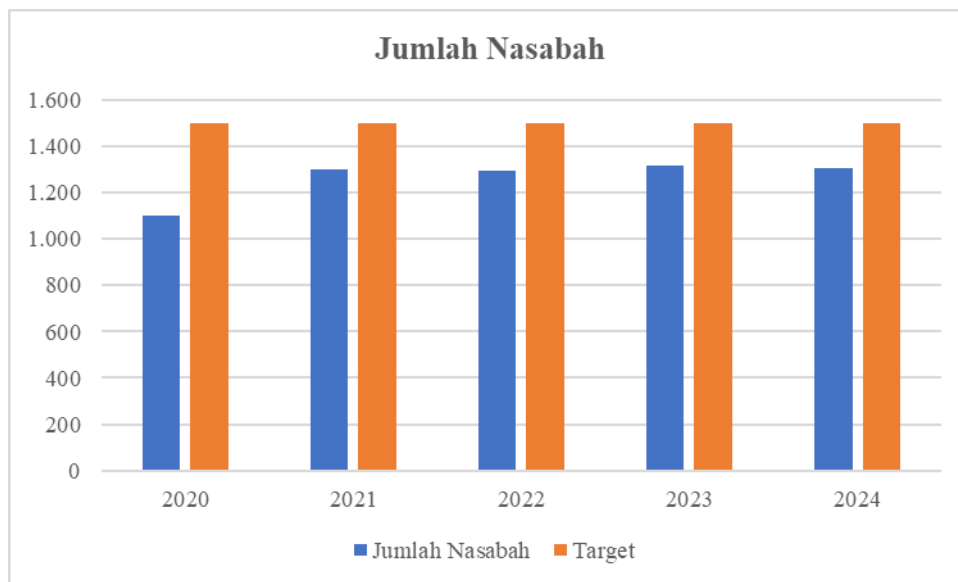
Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan dan memperluas pasar. Pelayanan yang unggul dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dengan memperkuat hubungan baik dengan pelanggan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk bertahan dalam persaingan yang ketat. [1]

Kualitas pelayanan adalah sejauh mana suatu perusahaan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggannya dengan menyediakan layanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan bukan hanya dilihat dari produk yang dihasilkan, tetapi juga dari aspek-aspek lain seperti kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kehandalan dalam melayani pelanggan.[2]

Sebagai salah satu Bank terbesar ketiga di Indonesia, PT X memiliki visi dan misi untuk menjadi bank terpercaya dan terdepan dalam memberikan layanan perbankan kepada masyarakat. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting bagi PT X untuk mempertahankan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. [3]

Sebenarnya pelayanan yang ditawarkan sangat beragam dan memiliki keunggulan tersendiri, seperti fasilitas yang dimiliki tetap terjaga dan selalu mengikuti perkembangan

jaman, karyawan selalu melayani dengan ramah serta memberikan layanan dengan sigap, dan layanan PT X melayani secara mendalam dan mementingkan kebutuhan nasabah. [4]

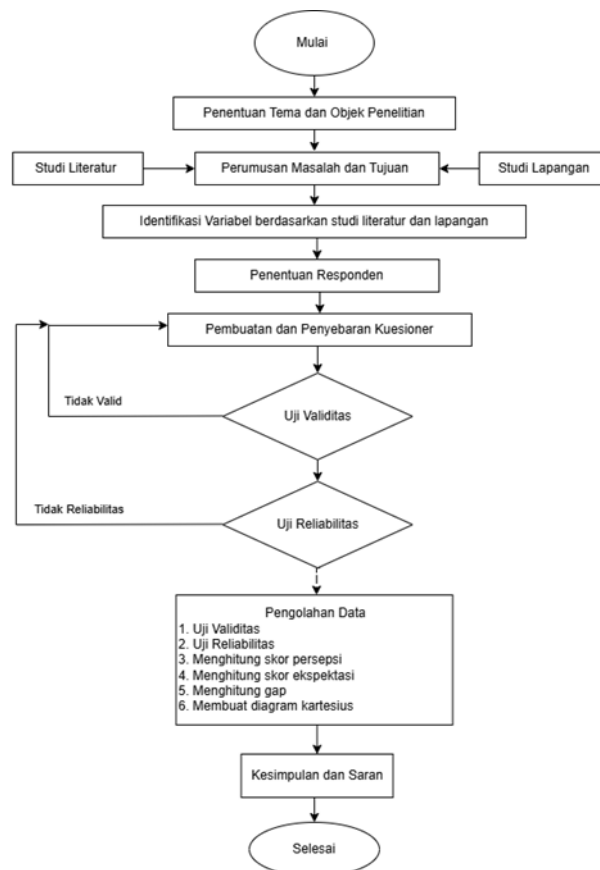


Gambar 1. Jumlah Nasabah PT X

Berdasarkan gambar 1 maka penulis bermaksud akan melaksanakan penelitian yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT X Dengan Menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)*" untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah dengan tujuan untuk akar permasalahan yang menjadi pemicu pada penurunan mutu pelayanan dengan menerapkan metode Servqual. Hal ini bertujuan untuk memastikan kualitas pelayanan tetap sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT X Cipongkor, Kaum RT 001/RW 001, Kecamatan Cipongkor, Desa Neglasari, Kabupaten Bandung Barat. Berdasarkan cara memperolehnya maka sumber data yang diperoleh dari penelitian ini terdiri dari Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian. Data tersebut adalah observasi dan data penyebaran kuesioner berupa wawancara mengenai kepuasan dan kepentingan nasabah di PT X. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak manajemen. Data tersebut adalah data mengenai Sejarah PT X. Teknik pengambilan sampel. yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Ada beberapa alternatif cara pengambilan sampel. secara umum desain sampel terdiri dari dua macam Teknik pengambilan sampel. yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.



Gambar 2. Alur Penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penyebaran Pilot Sampel

Untuk mengetahui apakah kuisisioner tersebut telah cukup baik, dan apakah instruksi dan pernyataan yang diberikan sudah mudah untuk dipahami responden, maka diadakan penyebaran pilot sampel sebanyak 30 kuisisioner kepada nasabah PT X. Penyebaran pilot sampel ini juga dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari perancangan kuisisioner. Jika kuisisioner ini dinyatakan valid dan reliabel maka kemudian kuisisioner dapat disebarakan sebanyak jumlah sampel minimum.

Uji Reliabilitas, Validitas, dan Penentuan Jumlah Sampel Minimum

Uji Reliabilitas

Setelah mendapatkan hasil penyebaran pilot sampel kuisisioner, maka dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui Tingkat konsistensi pengukuran dari kuisisioner. Pengujian reliabilitas secara kuantitatif dilakukan dengan pendekatan reliabilitas konsistensi internal yaitu dengan metode *alpha Cronbach*. Dengan metode *alpha Cronbach* ini, kita dapat memperkirakan hubungan atau korelasi antar butir pernyataan yang ada dalam kuisisioner sebagai instrument pada penelitian ini. Sebuah

penelitian dianggap reliabel jika memiliki nilai *alpha Cronbach* lebih dari 0,7. Untuk menghitung nilai alpha Cronbach, digunakan software SPSS 30. Berikut hasil uji reliabilitas untuk kuesioner awal:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,866	25

Gambar 3. Nilai *Cronbach Alpha* untuk Uji Reliabel Pilot Sampel

Berdasarkan hasil perhitungan software SPSS 30 diatas terlihat bahwa alat tes yang digunakan, yaitu atribut – atribut dalam kuesioner ini cukup reliabel. Reliabel disini menunjukkan konsistensi, keakuratan, dan daya prediksi yang cukup baik, terlihat dari nilai alpha Cronbach 0,866, lebih besar dari 0,7 yang merupakan nilai alpha minimal dalam sebuah penelitian. Dasar pengambilan Keputusan adalah:

- Jika r alpha hasil > 0,7, maka Ho diterima
- Jika r alpha hasil < 0,7, maka Ho ditolak

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan dari kuesioner untuk dapat mengukur kualitas pelayanan, Tingkat ekspektasi dan Tingkat persepsi dari PT X. Uji yang dilakukan dengan content validity. Yaitu uji validitas yang meminta pendapat dari para ahli untuk memberikan penilaian terhadap isi kuesioner apakah dapat mengukur secara tepat kualitas pelayanan PT X. Dan setelah berdiskusi dengan pihak PT X dan dosen pembimbing, maka semua variabel kuesioner penelitian dianggap Valid untuk digunakan mendapatkan data primer dari penelitian.

Menentukan Jumlah Sampel Minimum

Pertimbangan yang dipakai dalam menentukan jumlah sampel minimum dalam penelitian ini adalah:

1. Proporsi kuisioner yang dianggap benar (p) adalah sebesar 0,5
2. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% dengan menggunakan tabel distribusi normal maka di dapat bahwa $Z_{\alpha} = 1.96$
3. Tingkat ketelitian adalah 10%, maka $e = 0,1$

$$n_a = \frac{z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n_a = \frac{1,96^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n_a = 96$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka ukuran sampel minimum untuk penelitian ini adalah 96 responden.

Penyebaran Kuisisioner Lanjutan

Setelah dilakukan uji reliabilitas kuisisioner, maka dilakukan penyebaran kuisisioner lanjutan hingga mencapai minimum kuisisioner yang dibutuhkan. Penyebaran kuisisioner selama satu bulan antara Februari – April 2025. Lokasi penyebaran kuisisioner dilakukan di wilayah Cipongkor, Kabupaten Bandung Barat. Jumlah Kuisisioner yang terkumpul adalah 105 sampel.

Pengumpulan dan Pengolahan Data Hasil Kuisisioner

Pengumpulan Data Hasil Kuisisioner

Data responden dalam kuisisioner merupakan informasi mengenai identitas nasabah yang mengisi kuisisioner yang telah disebar. Bagian ini memaparkan hasil pengumpulan data responden, yang diklasifikasikan oleh penulis ke dalam tiga kategori, yaitu: Usia, Tingkat Pendidikan, dan Pekerjaan Nasabah PT X.

Tabel dan berikutnya ini menunjukkan proporsi responden berdasarkan usia, dari diagram dapat dilihat pada gambar 3 menunjukkan bahwa presentase responden yang berada pada batas umur 18 tahun berjumlah 0. Responden yang berada pada batas umur 18 – 30 tahun berjumlah 23 orang (22%). Responden yang berada pada batas umur 30 – 40 tahun berjumlah 48 orang (46%). Responden yang berada pada batas umur 40 – 50 tahun berjumlah 21 orang (20%). Responden yang berada pada batas umur 50 – 60 tahun berjumlah 11 orang (10%). Responden yang berada pada batas umur 60 – 65 tahun berjumlah 2 orang (2%).

Tabel 1. Informasi Data Diri Responden

No.	Data Responden	Kategori Responden	Jumlah Responden
1	Usia	18	0
		18 – 30	23
		30 – 40	48
		40 – 50	21
		50 – 60	11
		60 – 65	2
		Total	105
2	Tingkat Pendidikan	SD	19

		SMP	45
		SMA	40
		S1	1
		Total	105
3	Pekerjaan Responden	Kredit Pakaian	16
		Warung Sembako	16
		Petani	21
		Buruh Tani	24
		Jualan Makanan	15
		Pedagang	10
		Penjaga Warung	1
		Karyawan	2
		Total	105

Pengolahan Data Hasil Kuisisioner

Bagian ini menjelaskan mengenai pengolahan data yang di dapatkan dari hasil pengisian kuisisioner oleh responden.

Perhitungan Nilai Ekspektasi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Perhitungan nilai ekspektasi responden terhadap kualitas pelayanan PT X dilakukan dengan cara menghitung nilai rata – rata bobot penilaian responden dari semua atribut pelayanan maupun dimensi. Rumus yang digunakan untuk mendapatkan nilai total adalah:

$$TE_i = \frac{(E_1*1)+(E_1*2)+ (E_1*3)+ (E_1*4)+ (E_1*5)}{N}$$

TE_i = Nilai Ekspektasi total responden terhadap atribut pelayanan i

E₁ = Jumlah responden dengan jawaban tidak penting

E₂ = Jumlah responden dengan jawaban kurang penting

E₃ = Jumlah responden dengan jawaban cukup penting

E₄ = Jumlah responden dengan jawaban penting sekali

E₅ = Jumlah responden dengan jawaban sangat penting

N = Total Responden

Dibawah ini akan diperlihatkan contoh perhitungan untuk mendapatkan nilai ekspektasi responden:

$$E_1 = 0, E_2 = 0, E_3 = 0, E_4 = 56, E_5 = 49$$

$$TE_i = \frac{(0*1)+(0*2)+ (0*3)+ (56*4)+ (49*5)}{105} = 4,47$$

Hasil perhitungan nilai ekpektasi setiap responden terhadap seluruh artibut pelayanan PT X dapat dilihat pada tabel:

Tabel 2. Nilai Ekspektasi Setiap Atribut

NO	Variabel	Pernyataan	Nilai Ekspektasi
1	Empathy (Perhatian)	Pada karyawan PT X selalu mengutamakan kepentingan nasabah	4,47
		Pada Karyawan PT X mampu menanggapi keluhan nasabah dengan baik dan responsive.	4,56
		Pada karyawan memberikan perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan.	4,41
		Karyawan PT X selalu menempatkan kepuasan dan kebutuhan nasabah sebagai prioritas utama.	4,59
		Pihak PT X memberikan pelayanan yang akurat dan cepat kepada nasabah.	4,63
2	Reliability (Kehandalan/Keterampilan Karyawan)	Pada Karyawan PT X memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan nasabah.	4,51
		Pada karyawan PT X memberikan pelayanan secara maksimal kepada nasabah.	4,45
		Pada Karyawan PT X yang berinteraksi langsung dengan nasabah memberikan pelayanan dengan perlakuan yang tepat.	4,42
		Penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh nasabah mengenai masalah yang berkaitan dengan angsuran yang dimiliki oleh nasabah.	4,51
		Proses Pembayaran angsuran bersifat mudah, fleksibel, dan menawarkan berbagai pilihan metode pembayaran.	4,57
3	Responsivness (Daya Tanggap)	Apakah karyawan PT X dapat memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah.	4,33
		Apakah karyawan PT X dapat menangani keluhan nasabah dengan baik.	4,48
		Apakah karyawan PT X cepat merespon nasabah yang datang dan memberikan informasi secara tepat.	4,63
		Kemudahan dalam menghubungi pihak bank untuk mendapatkan solusi saat mengalami kendala atau membutuhkan informasi terkait layanan nasabah.	3,15
		Para karyawan PT X selalu siap memberikan respons terhadap setiap permintaan layanan dari nasabah.	2,99
4	Assurance (Jaminan)	Apakah karyawan PT X memberikan pelayanan kepada nasabah dengan sikap yang ramah dan sopan.	4,62

	Apakah karyawan PT X selalu menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami oleh nasabah.	4,56	
	Karyawan PT X mampu membangun kepercayaan di antara para pelanggannya.	4,59	
	Nasabah merasa aman dan nyaman selama menggunakan pelayanan dari PT X.	4,62	
	Setiap Nasabah merasa mudah dan praktis selama menggunakan pelayanan dari PT X.	4,4	
5	Tangibles (Bukti Fisik)	Karyawan PT X yang berinteraksi langsung dengan nasabah selalu mengenakan pakaian yang bersih dan rapi.	4,48
		Divisi staf lapangan PT X dilengkapi dengan peralatan yang lengkap dan mematuhi protokol keselamatan berkendara.	4,56
		PT X memiliki media informasi visual bagi kebutuhan nasabah, seperti brosur dsb.	4,5
		Divisi Administration PT X memiliki dokumentasi pembukuan dan berkas yang lengkap yang berhubungan dengan persyaratan nasabah.	4,53
		Divisi Staff Lapangan/AO PT X memiliki media yang lengkap dan sesuai Ketika mempresentasikan produk kepada nasabah.	4,55

Pada tabel 2 Diatas, dapat dilihat hasil perhitungan nilai ekspektasi setiap responden terhadap masing-masing pelayanan PT X. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan.

Berikut ini contoh perhitungan untuk memperoleh nilai ekspektasi responden pada dimensi Empati (*Emphaty*):

$$TEi = \frac{4,47+4,56+4,41+4,59+4,63}{5} = 4,53$$

Hasil perhitungan nilai ekspektasi responden terhadap seluruh dimensi kualitas pelayanan PT X adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Nilai Ekspektasi Responden Tiap Dimensi

No	Dimensi	Nilai Ekspektasi
1	<i>Emphaty</i> (Perhatian)	4,53
2	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	4,49
3	<i>Responsivness</i> (Daya Tanggap)	3,91
4	<i>Assurance</i> (Jaminan Kepastian)	4,55
5	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	4,52

Perhitungan Nilai Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa PT X.

Perhitungan persepsi responden terhadap kualitas pelayanan di PT X dilakukan dengan menghitung rata-rata dari bobot penilaian yang diberikan oleh responden terhadap seluruh atribut dan dimensi pelayanan. Adapun rumus yang digunakan untuk memperoleh nilai total tersebut adalah sebagai berikut

$$T_{pi} = \frac{(P_1*1)+(P_2*2)+(P_3*3)+(P_4*4)+(P_5*5)}{N}$$

Dimana:

T_{pi} = Nilai Ekspektasi total responden terhadap atribut pelayanan i

P_1 = Jumlah responden dengan jawaban tidak penting

P_2 = Jumlah responden dengan jawaban kurang penting

P_3 = Jumlah responden dengan jawaban cukup penting

P_4 = Jumlah responden dengan jawaban penting sekali

P_5 = Jumlah responden dengan jawaban sangat penting

N = Total Responden

Dibawah ini akan diperlihatkan contoh perhitungan untuk mendapatkan nilai ekspektasi responden:

$$P_1 = 0, P_2 = 2, P_3 = 4, P_4 = 57, P_5 = 42$$

$$T_{pi} = \frac{(0*1)+(2*2)+(4*3)+(57*4)+(42*5)}{105} = 4,32$$

Tabel 4. Nilai Persepsi Setiap Atribut

NO	Variabel	Pernyataan	Nilai Persepsi
1	Empathy (Perhatian)	Pada karyawan PT X selalu mengutamakan kepentingan nasabah	4,32
		Pada Karyawan PT X mampu menanggapi keluhan nasabah dengan baik dan responsif.	4,45
		Pada karyawan memberikan perhatian pribadi kepada nasabah dalam hal pelayanan.	2,79
		Karyawan PT X selalu menempatkan kepuasan dan kebutuhan nasabah sebagai prioritas utama.	4,51
		Pihak PT X memberikan pelayanan yang akurat dan cepat kepada nasabah.	4,54

2	Reliability (Kehandalan/Keterampilan Karyawan)	Pada Karyawan PT X memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan nasabah.	4,44
		Pada karyawan PT X memberikan pelayanan secara maksimal kepada nasabah.	4,54
		Pada Karyawan PT X yang berinteraksi langsung dengan nasabah memberikan pelayanan dengan perlakuan yang tepat.	4,5
		Penjelasan yang lengkap dan dapat dimengerti oleh nasabah mengenai masalah yang berkaitan dengan angsuran yang dimiliki oleh nasabah.	4,61
		Proses Pembayaran angsuran bersifat mudah, fleksibel, dan menawarkan berbagai pilihan metode pembayaran.	4,52
3	Responsivness (Daya Tanggap)	Apakah karyawan PT X dapat memberikan pelayanan yang cepat kepada nasabah.	4,45
		Apakah karyawan PT X dapat menangani keluhan nasabah dengan baik.	4,4
		Apakah karyawan PT X cepat merespon nasabah yang datang dan memberikan informasi secara tepat.	4,53
		Kemudahan dalam menghubungi pihak bank untuk mendapatkan solusi saat mengalami kendala atau membutuhkan informasi terkait layanan nasabah.	4,37
		Para karyawan PT X selalu siap memberikan respons terhadap setiap permintaan layanan dari nasabah.	4,42
4	Assurance (Jaminan Kepastian)	Apakah karyawan PT X memberikan pelayanan kepada nasabah dengan sikap yang ramah dan sopan.	4,51
		Apakah karyawan PT X selalu menyampaikan informasi dengan jelas dan mudah dipahami oleh nasabah.	4,46
		Karyawan PT X mampu membangun kepercayaan di antara para pelanggannya.	4,41
		Nasabah merasa aman dan nyaman selama menggunakan pelayanan dari PT X.	4,47
		Setiap Nasabah merasa mudah dan praktis selama menggunakan pelayanan dari PT X.	3,03
5	Tangibles (Bukti Fisik)	Karyawan PT X yang berinteraksi langsung dengan nasabah selalu mengenakan pakaian yang bersih dan rapi.	4,36
		Divisi staf lapangan PT X dilengkapi dengan peralatan yang lengkap dan mematuhi protokol keselamatan berkendara.	4,45

PT X memiliki media informasi visual bagi kebutuhan nasabah, seperti brosur dsb.	4,62
Divisi Administration PT X memiliki dokumentasi pembukuan dan berkas yang lengkap yang berhubungan dengan persyaratan nasabah.	4,41
Divisi Staff Lapangan/AO PT X memiliki media yang lengkap dan sesuai Ketika mempresentasikan produk kepada nasabah.	4,22

Pada tabel 4 Diatas, dapat dilihat hasil perhitungan nilai persepsi setiap responden terhadap masing-masing pelayanan PT X. Kemudian dilakukan perhitungan terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan.

Berikut ini contoh perhitungan untuk memperoleh nilai ekspektasi responden pada dimensi Empati (*Emphaty*):

$$T_{pi} = \frac{4,32+4,45+2,79+4,51+4,54}{5} = 4,12$$

Hasil perhitungan nilai persepsi responden terhadap seluruh dimensi kualitas pelayanan PT X adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Nilai Persepsi Responden Tiap Dimensi

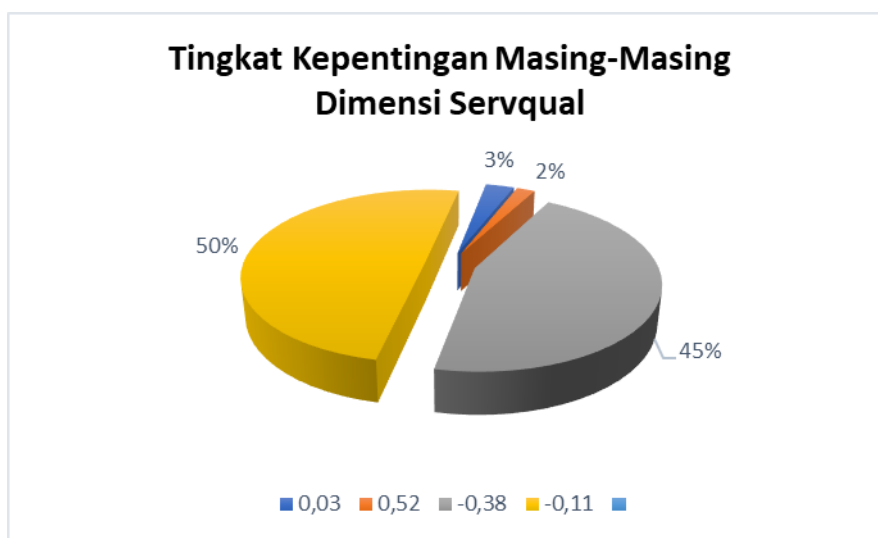
No	Dimensi	Nilai Persepsi
1	<i>Emphaty</i> (Perhatian)	4,12
2	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	4,52
3	<i>Responsivness</i> (Daya Tanggap)	4,43
4	<i>Assurance</i> (Jaminan Kepastian)	4,17
5	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	4,41

Perhitungan Tingkat Kepentingan

Pada bagian ketiga kuisisioner ditujukan untuk menghitung nilai Tingkat kepentingan responden yang menggambarkan penjabaran dimensi kualitas pelayanan. Pada bagian ini responden diminta untuk mengalokasikan nilai 100 untuk lima buah pernyataan. Nilai ini diperoleh dengan menghitung rata-rata setiap dimensi dari keseluruhan kuisisioner dalam bentuk persentase. Pada tabel 6 dan gambar 4 diperlihatkan hasil perhitungan Tingkat kepentingan responden.

Tabel 6. Tingkat Kepentingan untuk 5 (lima) dimensi Servqual

No	Dimensi	Tingkat Kepentingan (%)
1	<i>Emphaty</i> (Perhatian)	1,45
2	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	2,93
3	<i>Responsivness</i> (Daya Tanggap)	1,88
4	<i>Assurance</i> (Jaminan Kepastian)	44,71
5	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	49,03
Total		100



Gambar 4. Grafik Tingkat Kepentingan untuk Masing-masing dimensi servqual

Perhitungan Nilai Kualitas Pelayanan (Servqual Score)

Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah Gap antara Nilai Ekspektasi dan Nilai Persepsi Pelanggan. Dalam perhitungan ini akan terlihat kualitas pelayanan yang diberikan selama ini oleh PT X kepada pelanggannya. Dibutuhkan untuk menentukan prioritas perbaikan yang akan dilakukan oleh manajemen atau semua divisi yang dalam PT X. Penilaian ini didapatkan dari perhitungan nilai ekspektasi dan nilai persepsi terhadap setiap dimensi. Untuk memperoleh nilai kualitas pelayanan, dapat digunakan beberapa cara dibawah ini, antara lain:

1. *Servqual Score (Gaps)*

Nilai kualitas pelayanan didapatkan berdasarkan selisih antara nilai persepsi dan ekspektasi seperti pada rumus dibawah ini:

$$\text{Servqual Score} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Ekspektasi}$$

Dengan menggunakan rumus tersebut, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Perhitungan Servqual Score

Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Ekspektasi	SERVQUAL Score
<i>Emphaty</i> (Perhatian)	4,12	4,53	-0,41
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	4,52	4,49	0,03
<i>Responsivness</i> (Daya Tanggap)	4,43	3,91	0,52
<i>Assurance</i> (Jaminan Kepastian)	4,17	4,55	-0,38
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	4,41	4,52	-0,11

2. *Weigthed Servqual Score* (WSC)

Nilai Dimana pembobotan dilakukan dengan mengalikan nilai kualitas pelayanan yang telah dihitung dengan nilai Tingkat kepentingan setiap dimensinya. Rumusnya adalah:

$$\text{WSC} = \text{Nilai Tingkat Kepentingan} \times \text{Servqual Score}$$

Tabel 8. Perhitungan WSC

Dimensi	SERVQUAL Score	Nilai Tingkat Kepentingan	WSC
<i>Emphaty</i> (Perhatian)	-0,41	1,45	-0,5945
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	0,03	2,93	0,0879
<i>Responsivness</i> (Daya Tanggap)	0,52	1,88	0,9776
<i>Assurance</i> (Jaminan Kepastian)	-0,38	44,71	-16,9898
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	-0,11	49,03	-5,3933

3. *Aktual Servqual Score* (ASC)

Nilai persentase berupa perbandingan antara nilai persepsi terhadap kinerja actual pelayanan terhadap nasabaha PT X dengan nilai ekspektasi. Rumusnya adalah:

$$\text{ASC} = (\text{Nilai Persepsi}/\text{Nilai Ekspektasi}) \times 100\%$$

Tabel 9. Perhitungan ASC

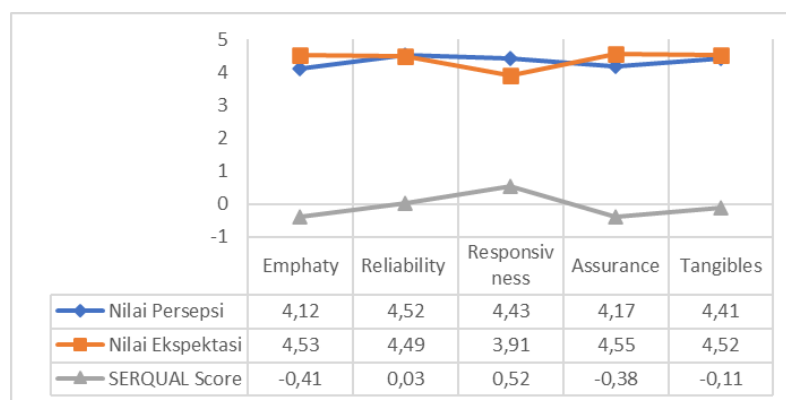
Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Ekspektasi	ASC (100%)
<i>Emphaty</i> (Perhatian)	4,12	4,53	91
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	4,52	4,49	100
<i>Responsivness</i> (Daya Tanggap)	4,43	3,91	100
<i>Assurance</i> (Jaminan Kepastian)	4,17	4,55	92
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	4,41	4,52	97

Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan Setiap Dimensi

Pada bagian ini akan dibahas perbandingan kualitas pelayanan setiap dimensi sesuai dengan hasil perhitungan nilai ekspektasi, persepsi, serta nilai servqual antar dimensi.

Tabel 10. Perbandingan Nilai Ekspektasi, Persepsi, dan Servqual setiap Dimensi

Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Ekspektasi	SERQUAL Score
Emphaty (Perhatian)	4,12	4,53	-0,41
Reliability (Kehandalan)	4,52	4,49	0,03
Responsivness (Daya Tanggap)	4,43	3,91	0,52
Assurance (Jaminan Kepastian)	4,17	4,55	-0,38
Tangibles (Bukti Fisik)	4,41	4,52	-0,11



Gambar 5. Perbandingan Nilai Ekspektasi, Persepsi, dan Servqual setiap Dimensi

Dari tabel 10 dan gambar 5 di atas jika dianalisa secara terpisah dari ekspektasi, persepsi, dan nilai servqual setiap dimensi, terlihat nilai ekspektasi tertinggi ada pada dimensi Jaminan (*Assurance*) dengan nilai 4,55. Nasabah menaruh harapan yang besar pada jaminan dari pelayanan PT X. Sedangkan dimensi dengan nilai ekspektasi terendah adalah Daya Tanggap (*Responsivness*) dengan nilai 3,91, hal ini berarti dibandingkan dengan dimensi lain, ekspektasi nasabah terhadap Daya Tanggap Perusahaan tidak begitu besar.

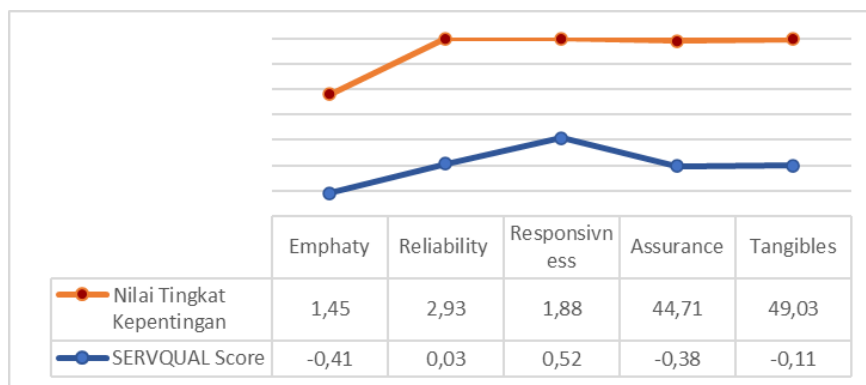
Untuk nilai persepsi, nilai tertinggi adalah pada dimensi Reliability dengan nilai 4,52. Artinya dibandingkan dimensi lain, performa terbaik dari PT X adalah Reliabilitynya terhadap nasabah. Sedangkan dimensi dengan nilai terendah adalah *emphaty* dengan nilai 4,12, yang berarti pelayanan yang terendah adalah Perhatian (*emphaty*).

Dari nilai servqual, dimensi *responsiveness* memiliki nilai servqual tertinggi, yaitu sebesar 0,52. Dimensi yang lain secara berurutan adalah *reliability*, *emphaty*, *assurance*, dan *tangibles* dengan nilai servqual masing-masing adalah 0,03, -0,41, -0,38, dan -0,11.

Pada tabel 11 dan gambar 7 dibawah ini diberikan perbandingan Tingkat kepentingan dan nilai servqual setiap dimensi:

Tabel 11. Perbandingan Nilai *Servqual* dan Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi

Dimensi	<i>SERVQUAL</i> Score	Nilai Tingkat Kepentingan
Emphaty (Perhatian)	-0,41	1,45
Reliability (Kehandalan)	0,03	2,93
Responsivness (Daya Tanggap)	0,52	1,88
Assurance (Jaminan Kepastian)	-0,38	44,71
Tangibles (Bukti Fisik)	-0,11	49,03



Gambar 7. Perbandingan Nilai *Servqual* dan Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi

Nasabah menganggap bahwa hal terpenting dari layanan PT X adalah *Tagible* (Bukti Fisik) dengan persentase Tingkat kepentingan 49,03%. Dimensi pelayanan selanjutnya yang paling penting dalam kualitas layanan PT X secara Berturut – turut adalah *Assurance*, *reliability*, *responsiveness*, dan *emphaty*.

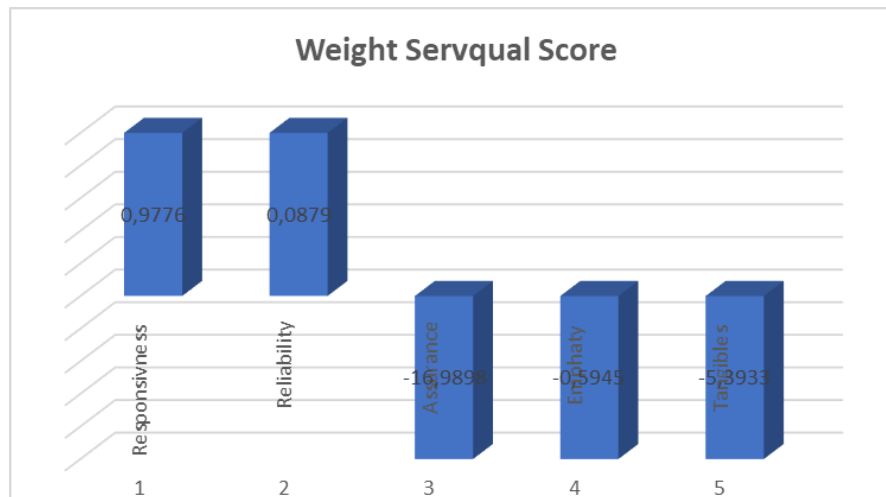
Dari grafik diatas juga dapat dilihat bahwa nilai servqual setiap dimensi, besarnya tidak mengikuti urutan dari besar Tingkat kepentingan.

Analisa *Weight Servqual Score*

Dalam menentukan prioritas perbaikan, dapat dilihat pada perbaikan pada *Weight Servqual Score* (WSC) karena WSC merupakan hasil perkalian nilai servqual dan Tingkat kepentingan. Artinya dengan melihat gap yang terjadi serta Tingkat kepentingan dari nasabah dapat ditentukan prioritas perbaikan tiap dimensi yang perlu dilakukan PT X dalam meningkatkan kualitas pelayanannya. Dari tabel 12 dan gambar 8 berikut dapat dilihat peringkat WSC setiap dimensi:

Tabel 12. *Weight Servqual Score*

Peringkat	Dimensi	WSC
1	Responsivness	0,9776
2	Reliability	0,0879
3	Assurance	-16,9898
4	Emphaty	-0,5945
5	Tangibles	-5,3933



Gambar 8. *Weight Servqual Score*

Pada tabel 12 dan gambar 8 diatas dapat diketahui bahwa perbaikan prioritas pada pelayanan PT X secara berurutan adalah *Assurance, Emphaty, Tangibles*.

Analisa Actual Servqual Score

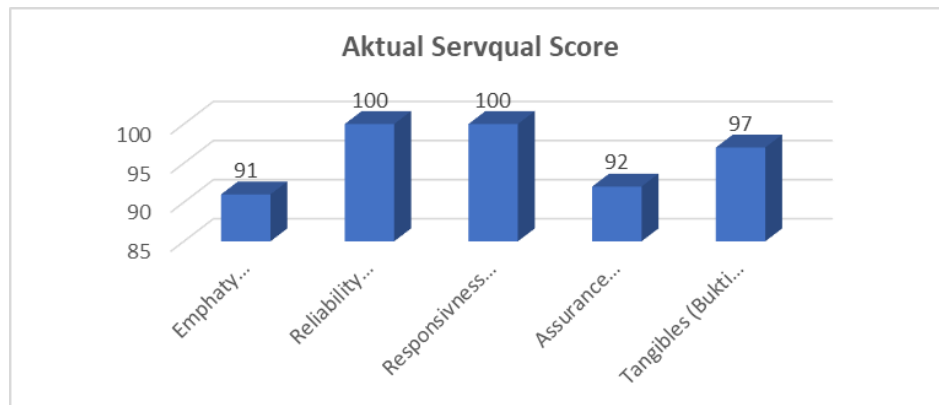
Bagian ini akan menjelaskan mengenai kualitas pelayanan actual dari PT X selama ini sudah melayani nasabahnya. Skor actual menunjukkan Tingkat pemenuhan terhadap harapan nasabah pada kualitas pelayanan yang mereka inginkan dari PT X. Artinya nilai ini menunjukkan seberapa baik performa mereka selama ini dalam memenuhi harapan nasabahnya. Nilai actual dihitung dengan menggunakan persentase dengan ketentuan:

1. Nilai yang kurang dari 100% menunjukkan bahwa skor actual pelayanan selama ini belum memenuhi harapan nasabah.
2. Nilai 100% berarti pelayanan yang diberikan selama ini telah memenuhi harapan dari nasabah.
3. Nilai yang lebih dari 100% menunjukkan bahwa pelayanan selama ini melebihi harapan nasabah. Semakin besar persentase, semakin superior kualiar pelayanannya.

Pada tabel 13 dan gambar 9 dibawah ini akan diperlihatkan nilai peringkat pemenuhan harapan nasabah pada setiap dimensinya:

Tabel 13. *Aktual Servqual Score*

No	Dimensi	ASC (%)
1	<i>Emphaty</i> (Perhatian)	91
2	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	100
3	<i>Responsivness</i> (Daya Tanggap)	100
4	<i>Assurance</i> (Jaminan Kepastian)	92
5	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	97
	Rata-Rata	96

Gambar 9. *Aktual Servqual Score*

Dari tabel diatas terlihat bahwa performa aktual terbesar ada pada dimensi *reliability* dan *responsiveness* dengan persentase 100%. Nilai ini menunjukkan bahwa Perusahaan sudah memenuhi harapan dari nasabahnya. Tetapi pihak Perusahaan masih harus meningkatkan kualitas pelayanannya hingga memenuhi harapan dari nasabah. Selanjutnya adalah dimensi tangible, assurance, dan emphaty dengan nilai aktual berturut-turut sebesar 97%, 92%, dan 91%.

Dari tabel juga didapat rata-rata ASC sebesar 96%. Nilai ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT X kepada nasabahnya ini baru memenuhi 96% dari harapan nasabahnya. PT X harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya, dalam hal ini perbaikan – perbaikan sesuai dengan prioritas yang telah dijabarkan pada subab sebelumnya dalam meningkatkan nilai skor aktual, sehingga mereka dapat semakin baik dalam memenuhi harapan nasabahnya..

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dalam mengukur kualitas pelayanan PT X, maka dapat diambil Kesimpulan – Kesimpulan berikut ini:

1. Nilai ekspektasi nasabah pada setiap dimensi servqual adalah:
Dimensi empati adalah sebesar 4,53
Dimensi kehandalan adalah sebesar 4,49
Dimensi Daya Tanggap 3,91
Dimensi Jaminan 4,55
Dimensi Bukti Fisik 4,52
2. Nilai Persepsi nasabah pada setiap dimensi sevqual adalah:
Dimensi empati adalah sebesar 4,12
Dimensi kehandalan adalah sebesar 4,52
Dimensi Daya Tanggap adalah sebesar 4,43
Dimensi Jaminan adalah sebesar 4,17
Dimensi Bukti Fisik adalah sebesar 4,41
3. Kinerja kualitas dari PT X secara keseluruhan adalah 96%. Artinya pelayanan PT X baru memenuhi 96% dari harapan nasabahnya. Kinerja kualitas setiap dimensi Servqual nya adalah:
Dimensi empati = 91%
Dimensi kehandalan = 100%
Dimensi Daya Tanggap = 100%
Dimensi Jaminan = 92%
Dimensi Bukti Fisik = 97%
4. Pelayanan PT X perlu melakukan perbaikan di salah satu dimensi servqual, karena *Servqual Score* dimensi bernilai minus, yaitu:
Dimensi empati = -0,41
Dimensi Jaminan = -0,38
Dimensi Bukti Fisik = -0,11
5. Berdasarkan nilai *Weight Servqual Score*, prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan PT X adalah:
 - a. Dimensi empati = -0,5945
Meliputi perbaikan kepedulian dan perhatian yang diberikan kepada nasabah PT X.
 - b. Dimensi jaminan = -16,989

Meliputi perbaikan performa staff PT X untuk membantu nasabah.

c. Dimensi Bukti Fisik = -5,3933

Meliputi perbaikan Kesan dari penampilan sara dan prasarana yang digunakan dalam pelayanan secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- S. Utomo, "Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Pt. X Dengan Menggunakan Metode Servqual," 2010.
- I. Kurnia, P. Fithri, V. L. Raja, and K. Riset, "Peningkatan Kualitas Pelayanan Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana dengan Menggunakan Metode Servqual dan QFD," vol. 18, no. 2, pp. 151–162, 2021.
- F. Siti Nur, S. Arik, and N. Gardina Aulin, "Evaluasi Sistem Pemberian Kredit pada PT. MBK Ventura Cabang Bungatan Kabupaten Situbondo," *J. RAK (Riset Akunt. Keuangan)*, vol. 4, no. 1, pp. 60–74, 2019, doi: 10.31002/rak.v4i1.1382.
- V. Issue, M. R. Rahadian, N. Pangastuti, and S. Parningotan, "JUTIN : Jurnal Teknik Industri Terintegrasi Analisa kualitas pelayanan menggunakan metode Service Quality (Servqual) dalam meningkatkan kepuasan nasabah (Study kasus : Bank Mandiri)," vol. 7, no. 4, 2024.
- Q. F. Deployment, "Analisis Kepuasan Nasabah pada Kualitas Pelayanan dengan Metode Fuzzy Service Quality dan Quality Function Deployment (QFD) di PT Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden SKRIPSI OLEH: FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS MEDAN AREA Analisis Kepuasan Nasabah pada Ku," 2022.
- A. Pawennari, I. N. Afiah, V. Verawati, M. Nusran, and M. F. Arham, "Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah Dengan Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Di Makassar," *Int. J. Mathla'ul Anwar Halal Issues*, vol. 1, no. 2, pp. 11–17, 2021, doi: 10.30653/ijma.202112.17.
- N. Bank and X. M. Dimensi, "USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN BANKING SERVICE QUALITY DENGAN METODE SERVQUAL DAN TRIZ," vol. 4, no. 01, 2016.
- J. Beno, A. . Silen, and M. Yanti, "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title," *Braz Dent J.*, vol. 33, no. 1, pp. 1–12, 2022.
- Muhammad Zaki An Naufal and Rakhmat Ceha, "Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan dengan Menggunakan Metode Servqual – Fuzzy (Studi Kasus: Instalasi Rawat Jalan RSUD Arjawinangun)," *J. Ris. Tek. Ind.*, pp. 67–76, 2023, doi: 10.29313/jrti.v3i1.1975.
- T. Kepuasan, N. Pt, B. Xyz, and P. Sianturi, "IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS," pp. 27–30.