

PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN BERDASARKAN DIMENSI *SERVICE QUALITY* (SERVQUAL) DENGAN METODE *ZONE OF TOLERANCE* (ZOT) DAN KANO PADA PET WORLD

Dewi Rahmawati*, Hilmi Aulawi, Rina Kurniawati, Tiara Fitria Sari

Institut Teknologi Garut
Jl. Mayor Syamsu No. 1 Jayaraga Garut 44151 Indonesia

(Received: August 24, 2022/ Accepted: January 20, 2023)

Abstrak

Pet World merupakan salah satu jasa pelayanan kebutuhan hewan peliharaan yang berada di Kabupaten Garut, namun pemenuhan tingkat kepuasan pelanggan belum dapat dilakukan secara optimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat layanan berdasarkan pada dimensi kualitas yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan serta menghasilkan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan pada Pet World. Penelitian ini menggunakan pendekatan Mix Method dimana data kualitatif dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas. Sedangkan data kuantitatif digunakan untuk pengolahan metode Servqual untuk mengukur kepuasan pelanggan, metode ZOT untuk mengukur apakah pelayanan masih dalam batas toleransi, dan metode kano untuk mengukur prioritas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut layanan yang tidak memuaskan atau atribut yang memiliki gap score negatif yaitu dua atribut pada dimensi tangibles dalam segi kenyamanan dan keamanan, satu atribut pada dimensi reliability pada segi ketepatan dalam produk serta satu atribut pada dimensi responsiveness pada segi akses informasi. Selain itu, metode Servqual, ZOT, dan Kano relevan dengan penelitian yang dilakukan karena pada metode ini mengukur kualitas layanan berdasarkan pada dimensi kualitasnya serta berorientasi pada kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kano; Mix Method; service quality; zone of tolerance

Abstract

[Measurement of Service Quality Based on Service Quality (Servqual) Dimensions With Zone of Tolerance (ZOT) and Kano on Pet World] Pet World is one of the services for pet needs in Garut Regency, but the fulfillment of the customer satisfaction level has not been optimal. The purpose of this study was to know the level of service based on the dimensions of quality provided to customer satisfaction and to produce suggestions for improvements to improve service quality at Pet World. This study used a Mix Method approach. The Qualitative data was used to test the validity and reliability. The quantitative data was used for processing the Servqual method to measure customer satisfaction, the ZOT method to measure whether the service is still within tolerance limits, and the Kano method to measure priority. The results showed unsatisfactory service attributes or attributes with a negative gap score were two attributes on the tangibles dimension in terms of comfort and security, one on the reliability dimension in terms of product accuracy, and one on the responsiveness dimension in terms of access to information. In addition, the Servqual, ZOT, and Kano methods are relevant to the research conducted because this method measures service quality based on its dimensions and does orient to customer satisfaction.

Keywords: Kano; Mix Method; service quality; zone of tolerance

1. Pendahuluan

Pembatasan sosialisasi antar individu secara fisik akibat pandemi Covid-19 berdampak pada beralihnya sosialisasi menjadi secara *online*, hal ini menyebabkan kebosanan bagi masyarakat. Salah satu usaha untuk mengurangi kebosanan tersebut adalah

dengan memelihara hewan untuk menjadi teman dan diajak berinteraksi. Hal tersebut juga menjadikan memelihara hewan sebagai gaya hidup baru (Widiyanti, 2022). Hewan peliharaan tidak hanya menjadi teman dalam kehidupan sehari-hari, tetapi juga berperan khusus sebagai penghibur ketika lelah. Banyak orang memahami bahwa hewan peliharaan dapat membantu mengurangi *stress*. Seiring bertambahnya jumlah pemilik hewan peliharaan, begitu pula permintaan akan layanan hewan peliharaan atau

*Penulis Korespondensi.

E-mail: dewi_rahmawati@itg.ac.id

disebut *pet shop* semakin meningkat (Kurnia, Yudi; Octavia, 2018).

Peningkatan jumlah hewan peliharaan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah *pet shop*. Akibatnya, industri ini menghadapi persaingan yang semakin ketat dan membuat pelanggan memiliki banyak pilihan untuk memilih dari salah satu *pet shop*, tentu saja pilihan ada pada mereka yang mampu memberikan kualitas layanan terbaik (Widiyanti, 2022). Adapun salah satu *pet shop* di Kabupaten Garut adalah *Pet World*. *Pet shop* ini menyediakan berbagai jenis kebutuhan hewan peliharaan serta melayani jasa berupa *grooming*, penitipan hewan serta layanan kesehatan untuk hewan peliharaan. Selain itu, *Pet World* juga menyediakan jasa antar jemput sehingga pembelian bisa dilaksanakan secara *online*. *Pet World* ini berada di Jl. Karacak No. 11, RW 11, Wetan, Kota Kulon Kecamatan Garut Kota, Kabupaten Garut.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, terdapat beberapa kekurangan yang berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan, diantaranya jadwal dokter hewan yang tidak tetap, tidak tersedianya beberapa produk saat dibutuhkan, serta waktu menunggu yang lama saat pelayanan khususnya *grooming*. Untuk mengetahui tingkat layanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan maka perlu dilakukan pengukuran kualitas layanan (Sigit, 2021)

Kunci loyalitas pelanggan terhadap produk dan layanan dihasilkan oleh kepuasan pelanggan Rizko (2016) dalam Fadillah et al. (2020). Sebuah perusahaan menerima banyak keuntungan ketika kepuasan pelanggan yang tinggi tercapai. Selain itu, menurut Dewi (2017) menyediakan layanan yang memuaskan pelanggan dapat menjadi keunggulan kompetitif karena terbukti dapat meningkatkan profitabilitas. Kualitas menurut Tjiptono (2002) adalah situasi dinamis yang mempengaruhi lingkungan, orang, proses, barang, dan jasa yang memenuhi atau melebihi harapan. Pengertian kualitas layanan dapat dipahami sebagai upaya untuk menyeimbangkan harapan pelanggan dengan memenuhi harapan dan kebutuhan mereka secara tepat (Salomon et al., 2017). Kualitas layanan adalah perbandingan harapan pelanggan dan pengiriman layanan yang sebenarnya. Kualitas layanan umumnya mengacu pada perbandingan harapan layanan pelanggan terkait dengan kinerja perusahaan. Bisnis dengan tingkat kualitas layanan yang tinggi cenderung mampu memenuhi kebutuhan pelanggan sekaligus tetap kompetitif secara ekonomi di industrinya masing-masing.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, kualitas layanan sangat penting. Baik pengguna maupun penyedia layanan dapat menilai kualitas layanan yang diberikan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menentukan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan dengan layanan yang diberikan (Puspitasari et al., 2019). Menurut Izadi et al., (2017) langkah peningkatan kualitas yang paling signifikan adalah mengevaluasi kepuasan pelanggan dan menemukan kebutuhan mereka.

Menurut Tjiptono & Chandra (2011) dalam Rosyada et al., (2020) penting untuk mengevaluasi atau

membandingkan kinerja layanan terhadap seperangkat standar yang telah ditentukan saat mengukur kualitas layanan. Model *Service Quality (Servqual)*, yang dibuat oleh Parasuraman et al. (1985) dalam serangkaian penelitian di banyak disiplin sektor jasa, merupakan model kualitas jasa yang paling terkenal dan sering digunakan sebagai acuan dalam manajemen jasa dan penelitian pemasaran. Jika kualitas layanan menjadi landasan strategi pemasaran, pemasar harus memiliki sarana untuk mengukurnya. Ukuran kualitas layanan yang paling populer adalah *Servqual*. Dalam studi multi-bidang, ditemukan bahwa model *Servqual*, sebagai model dasar umum, penerapan kualitas fungsional dan model Kano untuk mengevaluasi kualitas layanan di bidang aplikasi secara komprehensif dan memberikan dukungan keputusan untuk pengembangan perusahaan (Shang, 2020).

Adapun penelitian Sembiring & Sinaga (2021) mengenai kualitas pelayanan menggunakan Metode *Service Quality (Servqual)* menyatakan bahwa *Servqual* adalah metode pengukuran kualitas layanan dengan menggunakan atribut dari masing-masing dimensi untuk mendapatkan nilai *gap* yang mempresentasikan ketidaksesuaian atau selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan. Lima dimensi kualitas pelayanan yang termasuk dalam skala *Servqual* menurut Parasuraman adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu ditingkatkan agar memenuhi harapan pelanggan dan untuk meningkatkan kualitas layanan (Cahyadi & Maulana, 2021).

Penelitian Suhaella et al., (2019) tentang kualitas layanan menyatakan bahwa, metode ZOT membantu untuk menilai tingkat kualitas layanan saat ini yang ditawarkan, serta rentang antara tingkat kualitas layanan terendah yang dapat diterima dan tingkat kualitas layanan yang diharapkan pelanggan. Pada penelitian Yanti et al., (2019) *Servqual* dan ZOT mengasumsikan hubungan antara kepuasan pelanggan dan atribut layanan adalah linier. Meskipun lebih memperhatikan pengguna sistem tingkat tinggi, asumsi ini tidak sepenuhnya benar jika layanan yang ditawarkan selalu sama. Penelitian Wulandari et al., (2017) setelah diketahui tingkat layanan pada masing-masing atribut dengan ZOT, selanjutnya mengklasifikasikan atribut-atribut layanan sebagai acuan penentuan prioritas tindakan perbaikan menggunakan metode Kano. Berdasarkan hubungan antara harapan dan persepsi yang dihasilkan, metode Kano dapat membantu mengklasifikasikan atribut pengukuran kepuasan pelanggan. Terdapat tiga tipe kualitas yaitu, *the must-be or basic quality*, *one-dimensional or performance quality*, dan *the attractive or excitement quality*. Selain itu juga terdapat tambahan tiga kategori sekunder yaitu, *Indifferent*, *Questionable*, dan *Reverse* (Anisah et al., 2018).

Penelitian sebelumnya mengenai kualitas layanan (Ekowati & Rahman, 2021) dengan metode *Servqual* menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Penelitian (Nurfitriyah, 2019) berdasarkan metode *Servqual*, dinilai kualitas pelayanan pelanggan berpengaruh

terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai menggunakan metode ZOT ditemukan sembilan dari lima belas atribut layanan masih ditoleransi oleh pelanggan, sedangkan enam atribut lainnya tidak dapat diterima serta harus segera dilakukan perbaikan. Berdasarkan model Kano dengan indeks ketidakpuasan pelanggan, diamati bahwa persyaratan yang menyebabkan tingkat ketidakpuasan terbesar adalah yang dinilai sebagai persyaratan *must-be* yaitu yang menyebabkan tingkat ketidakpuasan yang rendah jika tidak disediakan namun tidak meningkatkan kepuasan apabila disediakan (Shibulal & Varma, 2021).

Merujuk kepada jurnal penelitian tersebut, untuk mengetahui tingkat kualitas layanan menggunakan metode *Servqual* sebagai dimensi pengukuran kualitasnya, sedangkan untuk mengetahui tingkat kualitas layanan saat ini pada masing-masing atribut menggunakan ZOT. Walaupun mengasumsikan hubungan linier antara kepuasan pelanggan dan atribut layanan tidak dapat secara langsung menentukan aspek mana yang harus diperbaiki pelayanannya terlebih dahulu sesuai dengan kepentingan pelanggan. Untuk mengatasi kelemahan *Servqual* dan ZOT, diperlukan sistem pendukung keputusan untuk menentukan prioritas perbaikannya. Oleh karena itu, penambahan model Kano mampu untuk mengukur prioritas perbaikannya yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut layanan sebagai acuan penentuan prioritas perbaikannya.

Berdasarkan hal tersebut, metode *Servqual*, ZOT, dan Kano relevan dengan penelitian yang dilakukan karena pada metode ini mengukur kualitas layanan berdasarkan pada dimensi kualitasnya serta berorientasi pada kepuasan pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan tujuan penelitian yang dilakukan dan memperkuat pelayanan yang dimiliki untuk menghadapi berbagai ancaman ataupun pesaing (Aulawi et al., 2021). Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian menggunakan pendekatan *Mix Method* dan teknik yang digunakan dalam proses pemecahan masalah menggunakan *Servqual*, ZOT dan Kano. Berdasarkan hal tersebut judul penelitian ini adalah “Pengukuran Kualitas Layanan Berdasarkan Dimensi *Service Quality (Servqual)* dengan Metode *Zone of Tolerance (ZOT)* dan Kano pada *Pet World*”.

2. Metode Penelitian

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed method* yaitu integrasi metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dengan desain penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*, hasil penelitian dalam bentuk angka-angka (*numerical*) diperkuat dengan temuan kualitatif (Samsu, 2021). Penggunaan pendekatan kuantitatif yaitu adanya uji validitas dan reliabilitas terhadap pengumpulan data.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan 100 sampel dengan tingkat signifikansi 5%. Nilai r_{hitung} $T_I = 0,222 \geq 0,1966$, maka H_0 diterima, skor item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (valid). Dengan menggunakan *software SPSS* untuk uji validitas dapat dilakukan pada setiap atribut pertanyaan dan menunjukkan bahwa $r_{hitung} \geq r_{tabel}$,

maka pengukuran yang dihasilkan menggunakan atribut-atribut ini valid dan mampu mengungkapkan tujuan utamanya. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan terhadap 100 sampel. Jika instrumen memiliki koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$, maka instrumen tersebut dianggap reliabel. Pengujian menggunakan menggunakan *software SPSS* untuk semua atribut yang ditanyakan yaitu harapan, dirasakan, minimal, fungsional, dan disfungsi. Nilai *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas harapan pelanggan sebesar 0,903, pada kinerja perusahaan (dirasakan) sebesar 0,964, pada layanan minimal sebesar 0,944, pada pertanyaan fungsional bernilai 0,872, dan pada pertanyaan disfungsi sebesar 0,760. Hal ini menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ maka instrumen dinyatakan *reliable*. Hal tersebut berarti atribut-atribut kuesioner dapat memperlihatkan stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut. Jika responden yang beragam diberikan atribut kuesioner, hasilnya tidak akan terlalu jauh dari respons tipikal. Jika responden yang beragam diberikan atribut kuesioner, hasilnya tidak akan terlalu jauh dari respons tipikal.

Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan menghasilkan angka (*numerical*) dengan menggunakan metode *Servqual* untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Metode ZOT untuk mengetahui apakah layanan berada di zona toleransi atau tidak, serta Kano untuk menentukan prioritas perbaikan layanannya. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menentukan usulan perbaikan terhadap prioritas layanan yang perlu diperbaiki dengan menggunakan diagram sebab-akibat.

Langkah-Langkah Penelitian

Pada **Gambar 1** disajikan diagram langkah-langkah penelitian yang dilakukan.

Teknik Pengumpulan Data

Pelanggan *Pet World* dengan kriteria pernah merasakan seluruh layanan *Pet World* diberikan kuesioner untuk diisi yang digunakan sebagai pengumpulan data. Rumus *Lemeshow* digunakan untuk menghitung ukuran sampel dalam populasi yang tidak diketahui dalam penelitian ini (Fatonah et al., 2018):

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2} \quad (1)$$

Keterangan:

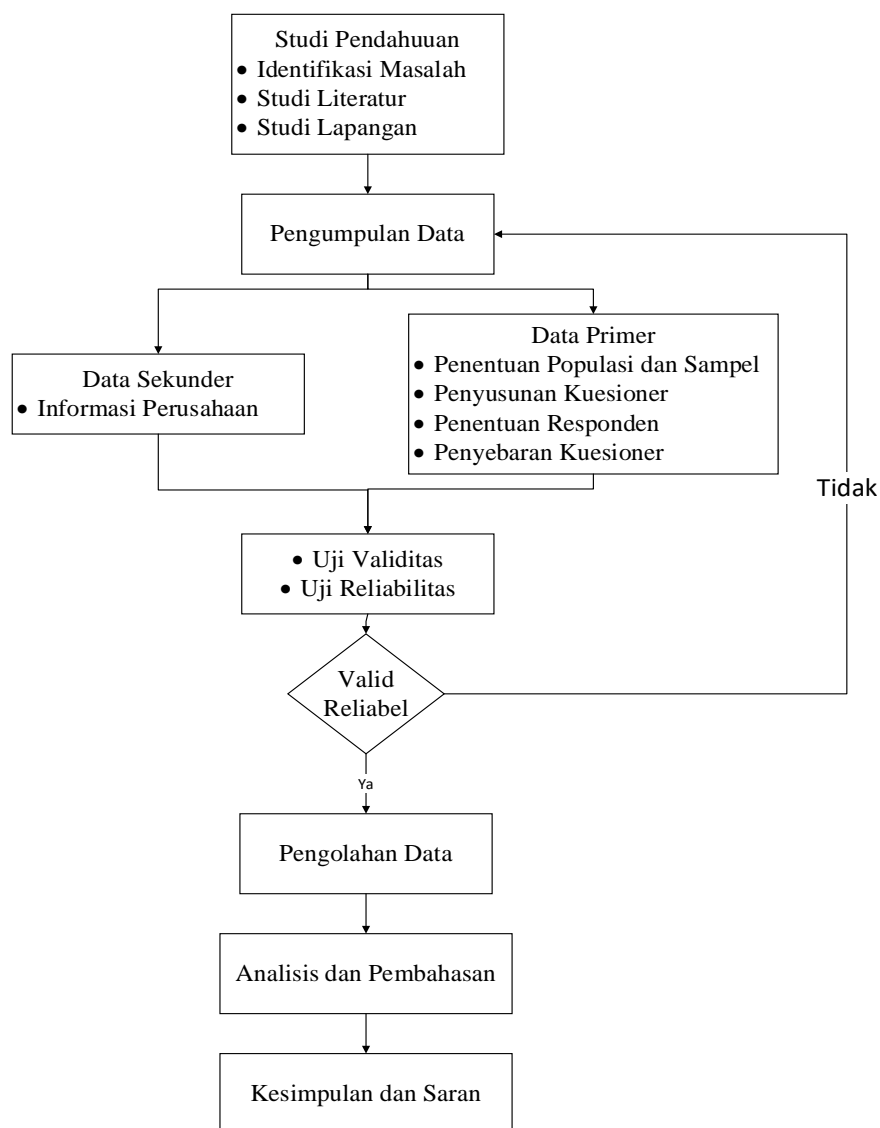
n = Banyak jumlah sampel yang dibutuhkan
 Za = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha:5\%$ = 1,96
 P = Prevalensi *outcome*, karena belum didapat, maka dipakai 50%

$$Q = 1 - P \quad (2)$$

L = Tingkat ketelitian (10%)

Berikut merupakan perhitungan jumlah sampel yang digunakan:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,01^2} = 96,04 \approx 100$$



Gambar 1. Langkah-Langkah Penelitian

Tabel 1. Skala Kepuasan Pelanggan

Skala	Harapan	Dirasakan	Minimal	Fungsional	Disfungsional
1	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Penting	Suka	Suka
2	Tidak Penting	Tidak Puas	Tidak Penting	Harap	Harap
3	Kurang Penting	Kurang Puas	Kurang Penting	Netral	Netral
4	Penting	Puas	Penting	Toleransi	Toleransi
5	Sangat Penting	Sangat Puas	Sangat Penting	Tidak Suka	Tidak Suka

Hasil perhitungan menunjukkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96,04 responden, dibulatkan menjadi 100.

Skala likert akan digunakan untuk penelitian ini, dimana setiap pertanyaan akan mendapatkan skor antara 1-5. Skala yang digunakan untuk membuat kuesioner ditunjukkan pada **Tabel 1**. Penelitian ini menegaskan upaya untuk mengaplikasikan model *Servqual* untuk mengetahui tingkat layanan yang diberikan oleh *Pet World*. Variabel yang digunakan berdasarkan pada indikator dimensi *Servqual* disajikan pada **Tabel 2**.

Analisis Data

Untuk menilai apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini valid atau tidak valid, maka

dilakukan uji validitas (Janna & Herionto, 2021). Pengujian dilakukan dengan membandingkan skor pada setiap item dengan skor keseluruhan, yang kemudian diolah menggunakan *software* SPSS for Windows dengan 100 responden dan dilakukan perhitungan korelasi berdasarkan *Pearson Product Moment Correlation* pada taraf signifikansi 5%.

Kriteria berikut digunakan untuk menentukan apakah suatu indikator itu valid atau tidak:

- Jika r hitung $\geq r$ tabel dan bernilai positif atau signifikan $\leq 0,05$ maka indikator tersebut dianggap valid.
- Indikator dianggap tidak valid jika r hitung $\leq r$ tabel dan signifikan $\geq 0,05$.

Untuk menentukan seberapa besar perangkat pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan, uji

Tabel 2. Operasional Variabel

Dimensi	Indikator
<i>Tangible</i> (berwujud) menggambarkan fasilitas fisik, peralatan, penampilan personal, dan keberadaan pengguna (Sembiring & Sinaga, 2021).	T1 1. Lokasi pet shop mudah ditemukan dan dijangkau
	T2 2. Tempat pelayanan bersih dan nyaman
	T3 3. Tempat aman bagi hewan
	T4 4. Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman
	T5 5. Penempatan barang dan label harga yang rapi
<i>Reliability</i> (kehandalan) yaitu mengacu pada kapasitas untuk secara akurat dan andal memberikan layanan yang telah dijanjikan (Sembiring & Sinaga, 2021).	R1 1. Layanan yang diberikan beragam sesuai kebutuhan pelanggan
	R2 2. Ketersediaan produk tepat waktu
	R3 3. Layanan diberikan tepat waktu sesuai janji
	R4 4. Proses registrasi layanan mudah dan cepat
	R5 5. Akses layanan stabil
	R6 6. Harga produk yang ditawarkan terjangkau
	R7 7. Harga <i>grooming</i> yang ditawarkan terjangkau
	R8 8. Harga layanan kesehatan yang ditawarkan terjangkau
	R9 9. Harga penitipan hewan yang ditawarkan terjangkau
<i>Responsiveness</i> (daya tanggap) yaitu kesiapan untuk membantu klien dan memberikan perhatian secara cepat dan tepat (Sembiring & Sinaga, 2021).	D1 1. Karyawan cekatan dalam bekerja
	D2 2. Karyawan melayani keluhan dengan cepat
	D3 3. Kemudahan mendapatkan informasi
	D4 4. Kemudahan mendapat bantuan dari karyawan
<i>Assurance</i> (jaminan) adalah karyawan yang sopan santun serta berpengalaman yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan (Sembiring & Sinaga, 2021).	A1 1. Adanya ganti rugi apabila terjadi kesalahan
	A2 2. Kemampuan karyawan dapat dipercaya
	A3 3. Kualitas produk yang diberikan baik
	A4 4. Kualitas <i>grooming</i> yang diberikan baik
	A5 5. Kualitas layanan kesehatan yang diberikan baik
	A6 6. Kualitas penitipan hewan baik
<i>Empathy</i> yaitu memberi pengguna kepedulian dan perhatian individual (Sembiring & Sinaga, 2021).	E1 1. Mendahulukan kepentingan pelanggan
	E2 2. Adanya tindakan <i>caring after sales</i> kepada pelanggan
	E3 3. Keramahan petugas layanan saat melayani
	E4 4. Karyawan melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)

reliabilitas dilakukan. Dengan menggunakan instrumen hanya sekali pada subjek penelitian digunakan uji konsistensi internal untuk uji reliabilitas (Yusup, 2018). Karena alat penelitian ini berupa angket dan skala bertingkat, maka perlu diuji reliabilitasnya menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan SPSS (Janna & Herionto, 2021). Menurut Streiner (2003) dalam Yusup (2018) Ketika koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$, instrumen tersebut dianggap reliabel. Hal ini karena konsistensi internal dapat didukung oleh *Cronbach's Alpha* (0,70) yang andal.

Pengolahan Data

Perhitungan *Servqual* Score

Menurut Sukmawati (2008) dalam Suhaella et al. (2019) Metode *Servqual* memiliki langkah-langkah berikut untuk menyelesaikan perhitungan:

- Mencari nilai persepsi (nilai kinerja) dari setiap variabel (X_i) dan skor nilai harapan dari setiap variabel (Y_i)
- Menghitung rata-rata (\bar{X}) dan (\bar{Y}) dengan menjumlahkan nilai harapan (Y) dan persepsi (X) dari tiap variabel seluruh responden.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana:

\bar{X}_i = Nilai rata-rata persepsi ke-i

\bar{Y}_i = Nilai rata-rata harapan ke-i

n = Jumlah responden

- Menghitung *gap* (kesenjangan) antara persepsi dan harapan

$$NS_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i$$

- Jika nilai yang diperoleh adalah angka negatif (<0), menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan, sedangkan angka positif (>0) menunjukkan bahwa kualitas tingkat pelayanan yang ditawarkan lebih tinggi daripada tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya jika skor kepuasan nol atau sama dengan nol (=0) berarti tingkat pelayanan memenuhi harapan pelanggan. Kesimpulan ini diperoleh dengan menjumlahkan hasil perhitungan nilai kepuasan untuk setiap dimensi.

Pemetaan ZOT

Tujuan pada tingkat ini adalah untuk memastikan kualitas layanan saat ini untuk setiap atribut apakah berada di zona toleransi atau tidak, perhitungan yang dilakukan adalah sebagai berikut (Whardani et al., 2019):

- Menghitung nilai MSA, nilai MSS, dan nilai ZOT
 - Nilai MSA = sekarang – minimum
 - Nilai MSS = sekarang – harapan
 - Nilai ZOT = *Harapan* – *minimum*
- Menghitung posisi layanan sekarang
 - Posisi MSA = ZOT – MSA

Tabel 3. Klasifikasi Kano

Kebutuhan Konsumen	Dysfunctional					
	Suka	Harap	Netral	Toleransi	Tidak Suka	
Functional	Suka	Q	A	A	A	O
	Harap	R	I	I	I	M
	Netral	R	I	I	I	M
	Toleransi	R	I	I	I	M
	Tidak Suka	R	R	R	R	Q

Pertanyaan

Customer Requirement Functional Form	1. Suka
	2. Mengharapkan
	3. Netral
	4. memberikan toleransi
	5. Tidak suka
Customer Requirement DysFunctional Form	1. Suka
	2. Mengharapkan
	3. Netral
	4. memberikan toleransi
	5. Tidak suka

Tabel Evaluasi Kano

Kebutuhan Konsumen	dysfunctional					
	Suka	Harap	Netral	toleransi	tidak suka	
Functional	Suka	Q	A	A	A	Q
	Harap	R	I	I	I	M
	Netral	R	I	I	I	M
	toleransi	R	I	I	I	M
	tidak suka	R	R	R	R	Q

Tabel Hasil

CR	A	M	O	R	Q	I	Total	Grade
1			I					
2								
3								
....								

Gambar 2. Evaluasi Kano

- 2) Posisi MSS = ZOT - MSS
 - 3) Posisi layanan sekarang = Pel. Sekarang - Pel. Minimum
- c. Memetakan posisi MSA, posisi MSS, dan posisi pelayanan sekarang ke dalam peta ZOT. Pemetaan posisi MSA, MSS, dan layanan saat ini ke peta ZOT dengan hasil pemetaan sebagai berikut (Whardani et al., 2019):
- 1) Jika posisi pelayanan saat ini lebih tinggi dari posisi MSS, menunjukkan bahwa tingkat pelayanan yang dicapai saat ini telah memenuhi kebutuhan konsumen.
 - 2) Pelanggan tidak puas dengan pelayanan yang sekarang diterimanya jika posisi pelayanan saat ini lebih rendah dari posisi MSA.
 - 3) Jika pelanggan saat ini merasa puas dengan layanan, tetapi tingkat kepuasannya belum meningkat, posisi layanan saat ini berada di bawah posisi MSS dan di atas posisi MSA.

Prioritas Peningkatan Pelayanan

Kualitas layanan menggunakan metode *Servqual* sebagai dimensi pengukuran kualitasnya, sedangkan untuk mengetahui tingkat kualitas layanan saat ini pada masing-masing atribut menggunakan ZOT. Walaupun mengasumsikan hubungan linier antara kepuasan pelanggan dan atribut layanan tidak dapat secara langsung menentukan aspek mana yang harus diperbaiki pelayanannya terlebih dahulu sesuai dengan kepentingan pelanggan. Untuk mengatasi

kelemahan *Servqual* dan ZOT, diperlukan sistem pendukung keputusan untuk menentukan prioritas perbaikannya. Oleh karena itu, penambahan model Kano mampu untuk mengukur prioritas perbaikannya yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut layanan sebagai acuan penentuan prioritas perbaikannya

Metode Kano

Langkah- langkah penentuan prioritas layanan menggunakan model Kano adalah sebagai berikut (Mustakim et al., 2017):

a. Pengklasifikasian model Kano

Pengklasifikasian model Kano didasarkan kepada pertanyaan fungsional dan disfungsional terkait dengan kebutuhan pelanggan. Setelah didapat hasil dari pertanyaan tersebut selanjutnya diklasifikasikan menjadi enam kategori model Kano. Pada **Tabel 3** disajikan tabel pengklasifikasian Kano (Mustakim et al., 2017). Berdasarkan **Tabel 3**, huruf A menunjukkan kriteria *attractive*. Huruf M adalah *must be*, huruf O adalah *one dimensional*. *Indifferent* diwakili oleh huruf I. Huruf R dan Q masing-masing mewakili *reverse* dan *questionable*. (Rahardjo et al., 2018).

b. Evaluasi Kano

Setelah mengklasifikasikan jawaban selanjutnya dilakukan evaluasi Kano yang menunjukkan distribusi keseluruhan dari kategori *customer requirements*. Pada **Gambar 2** disajikan proses evaluasi Kano sebagai berikut (Mustakim et al.,

Tabel 4. Gap Score Servqual

Atribut	Dirasakan	Harapan	Gap
<i>Tangibles</i>			
T1	4,41	4,24	0,17
T2	4,47	4,44	0,03
T3	4,03	4,50	-0,47
T4	3,77	4,61	-0,84
T5	4,00	4,17	-0,17
<i>Reliability</i>			
R1	4,46	4,20	0,26
R2	3,95	4,50	-0,55
R3	4,06	4,36	-0,30
R4	4,51	4,32	0,19
R5	4,06	4,43	-0,37
R6	4,00	4,22	-0,22
R7	4,12	4,26	-0,14
R8	4,52	4,21	0,31
R9	4,22	4,14	0,08
<i>Responsiveness</i>			
D1	4,59	4,56	0,03
D2	4,30	4,22	0,08
D3	4,05	4,39	-0,34
D4	4,31	4,25	0,06
<i>Assurance</i>			
A1	4,57	4,76	-0,19
A2	4,31	4,11	0,20
A3	4,57	4,27	0,30
A4	4,41	4,24	0,17
A5	4,60	4,47	0,13
A6	4,38	4,16	0,22
<i>Empathy</i>			
E1	4,50	4,27	0,23
E2	4,38	4,21	0,17
E3	4,58	4,63	-0,05
E4	4,63	4,54	0,09

2017). Untuk mengkategorikan setiap atribut berdasarkan model Kano, data survei yang dikumpulkan menggunakan kuesioner Kano diolah. Untuk setiap atribut dari semua responden, jumlah atau nilai setiap Kano ditentukan. Kemudian rumus *Blauth's formula* digunakan untuk mengidentifikasi kategori Kano untuk setiap atribut (Tarigan & Ginting, 2018).

- 1) Nilai total (O + A + M) > nilai total (I + R + Q), nilai yang diterima adalah nilai tertinggi dari (O, A, M)
- 2) Nilai total (O + A + M) < nilai total (I + R + Q) nilai yang diterima adalah nilai tertinggi dari (I, R, Q).
- 3) Nilai total (O + A + M) = nilai total (I + R + Q) nilai yang diterima adalah nilai tertinggi diantara semua kategori kano (O, M, A, I, R, Q).

3. Hasil dan Pembahasan

Perhitungan Servqual Score

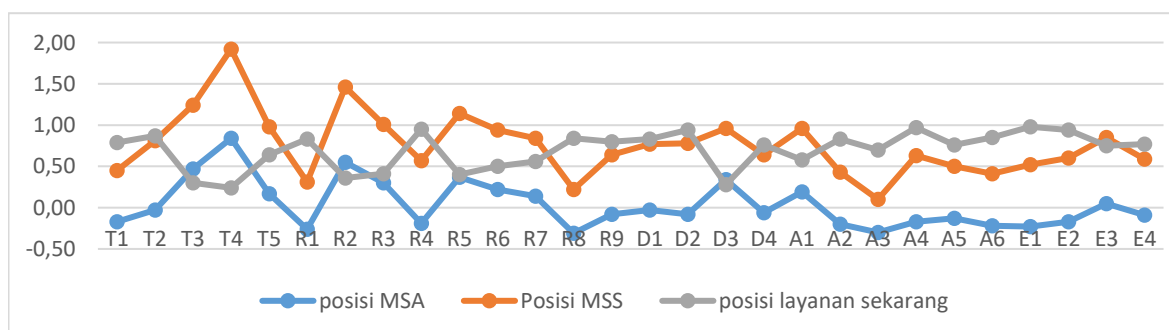
Pada Tabel 4 disajikan hasil perhitungan gap score Servqual untuk semua kriteria. Berdasarkan hasil gap score Servqual dapat dilihat bahwa perhitungan menunjukkan nilai positif dan negatif. Untuk perhitungan bernilai positif berarti kriteria yang diberikan sudah memuaskan pelanggan, namun

sebaliknya untuk gap bernilai negatif berarti kriteria layanan yang diberikan belum memuaskan pelanggan diantaranya kriteria T3, T4, T5, R2, R3, R5, R6, R7, D3, A1, dan E3. Atribut yang bernilai negatif garis besarnya sebagai berikut diantaranya:

- Tidak tersedianya ruang tunggu yang nyaman di *Pet World* karena sistem sewa menyebabkan ukuran ruangan yang tersedia seadanya, penempatan perlengkapan layanan juga menyebabkan ruangan terasa lebih sempit. Selain itu juga biaya untuk perlengkapan menjadi penyebab tidak adanya ruang tunggu khusus
- Produk tidak tersedia menyebabkan pelanggan mencari tempat lain yang menawarkan produk serupa. Hal tersebut dapat menjadikan pelanggan berpindah tempat untuk membeli kebutuhannya. Penyebab dari tidak tersedianya produk diantaranya penjualan yang tidak menentu yang mengakibatkan stok barang tidak menentu pula dan kadang cepat habis. Penyebab lain yaitu terhambatnya pengiriman, hal ini disebabkan karena produksi dari *supplier* serta bagian rute pengiriman yang tidak hanya memasok satu toko.
- Keamanan tempat merupakan hal yang sangat penting, kurangnya keamanan tempat disebabkan oleh lokasi *pet shop* yang berada di pinggir jalan

Tabel 5. Rekapitulasi Perhitungan ZOT

Atribut	Harapan	Minimum	Sekarang	MSA	MSS	ZOT	Posisi MSA	Posisi MSS	Posisi Layanan Sekarang
T1	4,24	3,62	4,41	0,79	0,17	0,62	-0,17	0,45	0,79
T2	4,44	3,60	4,47	0,87	0,03	0,84	-0,03	0,81	0,87
T3	4,50	3,73	4,03	0,30	-0,47	0,77	0,47	1,24	0,30
T4	4,61	3,53	3,77	0,24	-0,84	1,08	0,84	1,92	0,24
T5	4,17	3,36	4,00	0,64	-0,17	0,81	0,17	0,98	0,64
R1	4,20	3,63	4,46	0,83	0,26	0,57	-0,26	0,31	0,83
R2	4,50	3,59	3,95	0,36	-0,55	0,91	0,55	1,46	0,36
R3	4,36	3,65	4,06	0,41	-0,30	0,71	0,30	1,01	0,41
R4	4,32	3,56	4,51	0,95	0,19	0,76	-0,19	0,57	0,95
R5	4,43	3,66	4,06	0,40	-0,37	0,77	0,37	1,14	0,40
R6	4,22	3,50	4,00	0,50	-0,22	0,72	0,22	0,94	0,50
R7	4,26	3,56	4,12	0,56	-0,14	0,70	0,14	0,84	0,56
R8	4,21	3,68	4,52	0,84	0,31	0,53	-0,31	0,22	0,84
R9	4,14	3,42	4,22	0,80	0,08	0,72	-0,08	0,64	0,80
D1	4,56	3,76	4,59	0,83	0,03	0,80	-0,03	0,77	0,83
D2	4,22	3,36	4,30	0,94	0,08	0,86	-0,08	0,78	0,94
D3	4,39	3,77	4,05	0,28	-0,34	0,62	0,34	0,96	0,28
D4	4,25	3,55	4,31	0,76	0,06	0,70	-0,06	0,64	0,76
A1	4,76	3,99	4,57	0,58	-0,19	0,77	0,19	0,96	0,58
A2	4,11	3,48	4,31	0,83	0,20	0,63	-0,20	0,43	0,83
A3	4,27	3,87	4,57	0,70	0,30	0,40	-0,30	0,10	0,70
A4	4,24	3,44	4,41	0,97	0,17	0,80	-0,17	0,63	0,97
A5	4,47	3,84	4,60	0,76	0,13	0,63	-0,13	0,50	0,76
A6	4,16	3,53	4,38	0,85	0,22	0,63	-0,22	0,41	0,85
E1	4,27	3,52	4,50	0,98	0,23	0,75	-0,23	0,52	0,98
E2	4,21	3,44	4,38	0,94	0,17	0,77	-0,17	0,60	0,94
E3	4,63	3,83	4,58	0,75	-0,05	0,80	0,05	0,85	0,75
E4	4,54	3,86	4,63	0,77	0,09	0,68	-0,09	0,59	0,77



Gambar 3. Grafik pemetaan ZOT

raya dan tidak adanya pembatas atau teralis di pintu, untuk beberapa hewan peliharaan dapat sewaktu waktu lari ke jalan.

- Kesulitan mendapatkan informasi membuat pelanggan merasa kecewa. Salah satu bentuk kecewa pelanggan yaitu ketika pelanggan membutuhkan sesuatu dan datang ke tempat ternyata produk tidak ada, selain itu saat ingin melakukan layanan kesehatan namun ternyata dokter tidak datang. Sulitnya mendapat informasi disebabkan karena kurangnya pemanfaatan media sosial, akun media sosial *Pet World* yaitu Instagram terakhir *posting* pada tanggal 23 September 2021. Penyebab lain yaitu tidak adanya *job desk* khusus untuk bagian penyedia informasi dikarenakan keterbatasan jumlah karyawan.

Pemetaan ZOT

Dengan mengkaji nilai perhitungan MSA, MSS, dan ZOT menggunakan data layanan sekarang (persepsi), data layanan minimal, dan data ekspektasi layanan, pemetaan ZOT bermanfaat untuk memetakan kriteria dalam kuesioner. Rekapitulasi hasil perhitungan untuk pemetaan ZOT disajikan pada **Tabel 5**. Setelah didapat hasil untuk posisi MSA, posisi MSS, dan posisi layanan sekarang selanjutnya yaitu memetakan posisi MSA, posisi MSS, dan posisi pelayanan sekarang ke dalam peta ZOT. Untuk pemetaan ZOT disajikan pada **Gambar 3**.

Berdasarkan **Gambar 3** menunjukkan bahwa 17 posisi layanan sekarang (T1, T2, R1, R4, R8, R9, D1, D2, D4, A2, A3, A4, A5, A6, E1, E2, dan E3) berada di atas posisi MSA dan posisi, artinya kualitas layanan harus dipertahankan untuk kriteria ini karena tingkat layanan yang sekarang diberikan telah memuaskan

Tabel 6. Hasil Klasifikasi Kano

Atribut	Jumlah Jawaban						Total Responden
	A	M	O	R	Q	I	
T1	38	22	13	0	0	27	100
T2	14	29	33	0	0	24	100
T3	27	29	20	0	0	24	100
T4	26	35	14	0	0	25	100
T5	26	34	8	0	0	32	100
R1	26	28	11	0	0	35	100
R2	26	20	27	0	0	27	100
R3	32	36	10	0	0	22	100
R4	38	11	7	0	0	44	100
R5	38	27	12	0	0	23	100
R6	40	13	12	0	0	35	100
R7	44	17	8	0	0	31	100
R8	35	14	12	0	0	39	100
R9	37	15	13	0	0	35	100
D1	34	15	36	0	0	15	100
D2	25	17	28	0	0	30	100
D3	27	28	19	0	0	26	100
D4	27	28	20	0	0	25	100
A1	30	31	17	0	0	22	100
A2	32	20	39	0	0	9	100
A3	24	33	22	0	0	21	100
A4	22	25	30	0	0	23	100
A5	24	33	36	0	0	7	100
A6	17	27	37	0	0	19	100
E1	27	35	19	0	0	19	100
E2	32	19	11	0	0	38	100
E3	23	25	27	0	0	25	100
E4	25	22	29	0	0	24	100

keinginan pelanggan. Atribut T5, R3, R5, R6, R7, A1, dan E4 adalah tujuh posisi layanan saat ini yang berada di atas MSA dan di bawah MSS, menunjukkan bahwa pelanggan puas dengan layanan yang ada, tetapi kepuasannya belum optimal. Empat posisi layanan saat ini, yaitu atribut layanan T3, T4, dan R2, dan D3 berada di bawah posisi MSA dan MSS, menunjukkan bahwa pelanggan tidak puas dengan layanan yang mereka terima saat ini. Posisi layanan yang diberikan di bawah MSA dan MSS perlu ditingkatkan terlebih dahulu

karena pelanggan merasa tidak puas dengan tingkat layanan yang mereka terima sekarang.

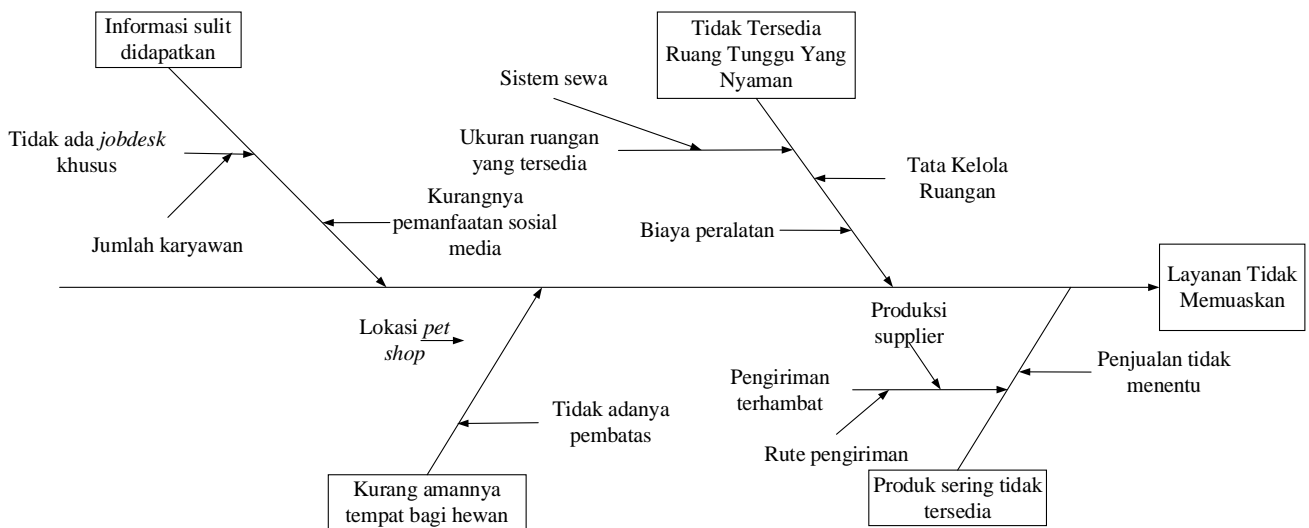
Prioritas Peningkatan Pelayanan Menggunakan Kano

Berdasarkan pengelompokan pertanyaan fungsional dan disfungsional, hasil klasifikasi kategori Kano pada masing-masing atribut ditunjukkan pada **Tabel 6**. Berdasarkan rumus Blauth's formula, kategori Kano tiap atribut disajikan pada **Tabel 7**.

Tabel 7. Kategori Kano Tiap Atribut

Kode	Pertanyaan	Kategori Kano
Tangibles		
T1	Lokasi <i>pet shop</i> mudah ditemukan dan dijangkau	<i>Attractive</i>
T2	Tempat pelayanan bersih dan nyaman	<i>One Dimensional</i>
T3	Tempat aman bagi hewan	<i>Must be</i>
T4	Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman	<i>Must be</i>
T5	Penempatan barang dan label harga yang rapi	<i>Must be</i>
Reliability		
R1	Layanan yang diberikan beragam sesuai kebutuhan pelanggan	<i>Must be</i>
R2	Ketersediaan produk tepat waktu	<i>One Dimensional</i>
R3	Layanan diberikan tepat waktu sesuai janji	<i>Must be</i>
R4	Proses registrasi layanan mudah dan cepat	<i>Attractive</i>
R5	Akses layanan stabil	<i>Attractive</i>
R6	Harga produk yang ditawarkan terjangkau	<i>Attractive</i>
R7	Harga <i>grooming</i> yang ditawarkan terjangkau	<i>Attractive</i>
R8	Harga layanan kesehatan yang ditawarkan terjangkau	<i>Attractive</i>
R9	Harga penitipan hewan yang ditawarkan terjangkau	<i>Attractive</i>

Kode	Pertanyaan	Kategori Kano
Responsiveness		
D1	Karyawan cekatan dalam bekerja	One dimensional
D2	Karyawan melayani keluhan dengan cepat	One dimensional
D3	Kemudahan mendapatkan informasi	Must be
D4	Kemudahan mendapat bantuan dari karyawan	Must be
Assurance		
A1	Adanya ganti rugi apabila terjadi kesalahan	Must be
A2	Kemampuan karyawan dapat dipercaya	One dimensional
A3	Kualitas produk yang diberikan baik	Must be
A4	Kualitas <i>grooming</i> yang diberikan baik	One dimensional
A5	Kualitas layanan kesehatan yang diberikan baik	One dimensional
A6	Kualitas penitipan hewan baik	One dimensional
Empathy		
E1	Mendahulukan kepentingan pelanggan	Must be
E2	Adanya tindakan <i>caring after sales</i> kepada pelanggan	Attractive
E3	Keramahan petugas layanan saat melayani pelanggan	One Dimensional
E4	Karyawan melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)	One Dimensional



Gambar 5. Diagram Sebab-Akibat Layanan Tidak Memuaskan

Berdasarkan **Tabel 7** terdapat sepuluh atribut pelayanan dengan kategori O yang artinya jika atribut ini tidak terpenuhi maka pengguna akan merasa tidak puas dan tingkat kepuasan pengguna akan meningkat seiring dengan tingkat terpenuhinya atribut tersebut. Terdapat sepuluh atribut termasuk dalam kategori M. pelanggan tidak akan puas jika kualitas kategori M tidak terpenuhi. Namun, meskipun atribut ini terpenuhi, kepuasan pengguna tidak akan meningkat karena kategori ini merupakan persyaratan mendasar yang harus dipenuhi. Terdapat delapan atribut layanan dalam kategori A yang jika terpenuhi akan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi, jika tidak terpenuhi tidak akan mengakibatkan penurunan tingkat kepuasan.

Berdasarkan hasil pengolahan data, prioritas perbaikan adalah atribut dengan *gap score* negatif, dan posisi pelayanan di bawah MSA dan MSS dengan kategori O dan M. Atribut yang termasuk yaitu T4 (Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman dengan *gap score* -0,84), R2 (ketersediaan produk tepat waktu dengan *gap score* -0,55), T3 (keamanan tempat bagi

hewan dengan *gap score* -0,47), dan D3 (kemudahan mendapatkan informasi dengan *gap score* -0,34).

Setelah diketahui jenis-jenis layanan yang tidak memuaskan serta harus diperbaiki, maka untuk mencari penyebab terjadinya hal tersebut, digunakan diagram sebab akibat. Diagram sebab-akibat merupakan suatu diagram yang menunjukkan hubungan antara sebab dan akibat. Pada diagram ini pula membentuk cara-cara membuat produk yang lebih baik dan mencapai akibatnya (hasilnya) (Harahap et al., 2018). Adapun penggunaan diagram sebab-akibat untuk mengidentifikasi sumber dan penyebab masalah kualitas disajikan pada **Gambar 5**.

4. Kesimpulan

Dari hasil pengumpulan, pengolahan, dan pembahasan data yang telah dilakukan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Dari 28 atribut yang terbagi dalam lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *assurance*, *responsiveness*, dan *empathy*, terdapat 17 atribut yang memuaskan yaitu dua dimensi *tangibles* (T1 dan T2), empat dimensi *reliability* (R1, R4, R8, dan R9), tiga dimensi *responsiveness* (D1, D2,

dan D4), enam dimensi *assurance* (A2, A3, A4, A5, dan A6), serta tiga dimensi *empathy* (E1, E2, dan E3). Terdapat tujuh atribut yang kurang memuaskan tetapi masih dapat diterima oleh pelanggan yaitu satu *tangibles* (T5), empat *reliability* (R3, R5, R6 dan R7), satu *assurance* (A1), dan satu *empathy* (E4). Terdapat empat atribut yang kurang memuaskan dan perlu perbaikan yaitu dua *tangibles* (T3 dan T4), satu *reliability* (R2) dan satu *responsiveness* (D3). Berdasarkan hal tersebut, atribut layanan yang tidak memuaskan dan menjadi prioritas perbaikan memiliki *gap score* negatif dengan posisi pelayanan di bawah MSA dan MSS, terdapat 2 atribut pada dimensi *tangibles* T4 (ketersediaan ruang tunggu kurang nyaman dengan *gap score* -0,84) dan T3 (keamanan tempat bagi hewan dengan *gap score* -0,47) dengan kategori M, satu atribut pada dimensi *reliability* R2 (ketersediaan produk tepat waktu dengan *gap score* -0,55) dengan kategori O dan satu atribut pada dimensi *responsiveness* D3 (kemudahan mendapatkan informasi dengan *gap score* -0,34) dengan kategori M.

Usulan penggunaan metode *Servqual*, ZOT dan Kano dalam mengidentifikasi pelayanan menjadi lebih spesifik. Hal ini mampu menentukan peningkatan kualitas layanan mana yang harus menjadi prioritas peningkatan pada semua sumber layanan di bawah standar. Perbaikan untuk ketersediaan ruang tunggu yang nyaman adalah dengan membagi ruang menjadi beberapa bagian sesuai dengan fungsinya dan menyediakan karpet untuk tempat duduk pemilik hewan peliharaan. Selain itu, tersedia berbagai majalah dan buku tentang perawatan hewan, serta peralatan bagi pelanggan untuk bermain dengan hewan mereka saat menunggu. Penjadwalan pembelian produk merupakan salah satu penyesuaian yang mungkin dilakukan untuk menjamin barang selalu tersedia. Selain itu, toko dapat menyediakan alternatif produk lain dengan merek yang berbeda dengan harga yang sebanding untuk beberapa produk. Perbaikan yang disarankan untuk memberikan lokasi yang aman yaitu bagi beberapa hewan untuk disimpan di kandang. Rekomendasi lain adalah memasang pagar atau teralis di pintu keluar, terutama untuk lantai atas, yang menyediakan *grooming*, penitipan, dan layanan kesehatan. Pengawasan tambahan terhadap hewan yang dititipkan juga diperlukan untuk mencegah perkeltahan antar kucing. Usulan perbaikan untuk memudahkan pelanggan memperoleh informasi antara lain dengan memanfaatkan media sosial dengan lebih baik dengan secara konsisten memperbarui produk atau layanan lain yang relevan. Sertakan juga nomor ponsel aktif yang responsif, yang dapat dihubungi melalui telepon atau pesan langsung.

5. Saran

Berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat peneliti buat untuk *Pet World* berdasarkan temuan penelitian:

- Lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan berdasarkan pada klasifikasi Kano.
- Melakukan perbaikan terhadap kualitas layanan yang menjadi prioritas perbaikan dengan melaksanakan usulan perbaikan.

- Untuk menjaga kepuasan pelanggan secara konsisten, kualitas layanan harus mampu beradaptasi dengan perubahan persepsi dan tingkat harapan terhadap kualitas layanan yang diberikan saat ini maka perlu penilaian kualitas pelayanan secara berkala

Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

- Mengembangkan metode penelitian dengan tidak hanya dilakukan terhadap *gap* 5.
- Penelitian dilakukan dengan mempertimbangkan keterkaitan biaya, promosi, dan lain sebagainya.
- Penelitian dapat melakukan usulan perbaikan terkait dengan jadwal pembelian produk sesuai dengan keilmuan teknik industri.

6. Daftar Pustaka

- Anisah, R. R., Suhendra, A. A., & Chumaidiyah, E. (2018). Peningkatan Kualitas Layanan Pada Platform PT. Metraplaza (blanja.com) Dengan Penerapan Integrasi Metode E-servqual, Model Kano dan *Quality Function Deployment* (qfd). *eProceedings of Engineering*, 5(3).
- Aulawi, H., Rahmawati, D., & Putri, R. A. I. (2021). Strategi Pencapaian Keunggulan Bersaing Minuman Kemasan Lemon Menggunakan Metode *Business Model Canvas* & SWOT. *Jurnal Kalibrasi*, 19(2), 146-151. <https://doi.org/10.33364/Kalibrasi/V.19-2.1095>
- Cahyadi, U., & Maulana, I. A. (2021). Usulan Peningkatan Kualitas Layanan di Hotel X Menggunakan Metode *Servqual* dan IPA. *Jurnal Kalibrasi*, 18(2), 37-41. <https://doi.org/10.33364/Kalibrasi/V.18-2.729>
- Dewi, S. K. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Servqual* dan *Zone of Tolerance*. *Jurnal Seminar Nasional Teknologi Dan Rekayasa*, 3(1).
- Ekowati, D., & Rahman, A. F. (2021). Analisis Pengukuran Kualitas Pelayanan Konsumen dengan Metode *Servqual*. *Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 147-160. <https://doi.org/10.51277/Keb.V16i2.99>
- Hadining, A. F. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry Dengan Menggunakan Metode *Service Quality*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). *J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 1-10. <https://doi.org/10.14710/Jati.15.1.1-10>
- Fatonah, S., Kusriani, & Nasiri, A. (2018). Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Menggunakan Metode *Zone of Tolerance*. *Informasi Interaktif*, 3(3), 193-200.
- Harahap, B., Parinduri, L., & Fitria, A. A. L. (2018). Analisis Pengendalian Kualitas Dengan Menggunakan Metode Six Sigma (Studi Kasus: PT. Growth Sumatra Industry). *Jurnal Buletin Utama Teknik*, 13(3).
- Izadi, A., Jahani, Y., Rafiei, S., Masoud, A., & Vali, L. (2017). Evaluating Health Service Quality: Using Importance Performance Analysis. *International*

- Journal Of Health Care Quality Assurance*, 30(7), 656–663. <https://doi.org/10.1108/Ijhcqa-02-2017-0030>
- Janna, N. M., & Herionto, H. (2021). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*. <https://doi.org/10.31219/Osf.Io/V9j52>
- Kurnia, Y., & Octavia, A. (2018). PENGARUH HYBRID SERVICE QUALITY DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *DIGEST MARKETING*, 3(2), 38-45.
- Mustakim, A., Anggraeni, S. K., & Sirajuddin, S. (2017). Analisis Kualitas Layanan Dengan Metode Kano Berdasarkan Dimensi Servqual Pada PT. AKR. *Jurnal Teknik Industri Untirta*, 4(2).
- Nurfitriyah, R. (2019). Quality Analysis Of Participants In The Training With Servqual Methods And Tolerance Zone In Bdk Semarang. *Dialog*, 42(2), 196–204.
- Puspitasari, N. B., Pramono, S. N. W., & Pertiwi, Y. E. (2019). Kepuasan Pelanggan PO Rosalia Indah Menggunakan *Importance Performance Competitor Analysis* (IPCA). *J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 14(2), 63–70. <https://doi.org/10.14710/Jati.14.2.63-70>
- Rahardjo, B., Putra Limantara, Y. C., Cahyono, T. N., Anthoni, R. Y., & Industri, F. T. (2018). Pengukuran Tingkat Kepentingan Pelanggan Food Court Galaxy Mall Surabaya Dengan Metode Kano Model. *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*, 2(1), 14–19. <https://doi.org/10.35194/Jmtsi.V2i1.271>
- Rosyada, Z. F., Puspitasari, N. B., Susanty, A., Andini, A. R., & Rumita, R. (2020). Analisis *Logistic Service Quality* Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman JNE Express. *J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(2), 73–81. <https://doi.org/10.14710/Jati.15.2.73-81>
- Salomon, L. L., Saryatmo, M. A., & Meliana, S. (2015). Pengaruh Dimensi Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Dunia Fantasi PT. PJA. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 3(1). <https://doi.org/10.24912/Jitiuntar.V3i1.507>
- Samsu, S. (2021). *Metode Penelitian: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. Pusat Studi Agama Dan Kemasyarakatan (Pusaka).
- Sembiring, J., & Sinaga, B. (2021). Penerapan Metode Servqual Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pengurusan Surat Izin Usaha Mikro dan Kecil pada Kantor Camat Dolat Rayat Kabupaten Karo. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi (Jnkti)*, 4(2). <https://doi.org/10.32672/Jnkti.V4i2.2933>
- Shi, Z., & Shang, H. (2020). A review on quality of service and servqual model. *In HCI in Business, Government and Organizations: 7th International Conference, HCIBGO 2020, Held as Part of the 22nd HCI International Conference, HCII 2020, Copenhagen, Denmark, July 19–24, 2020, Proceedings 22* (pp. 188-204). Springer International Publishing.
- Shibulal, A. L., & Varma, S. (2021). A Study of Service Quality & Customer Preference: Applying SERVQUAL and KANO Model to Premium Luxury Hotels.
- Sugiarto, S., & Octaviana, V. (2021). Service Quality (SERVQUAL) Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 93-106. <https://goldenratio.id/index.php/grmapb/index>
- Suhaella, Datin. (2019). "Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Servqual* Dan *Zone of Tolerance* (Studi Kasus: Swalayan Asia Mart Lhokseumawe)." *In Seminar Nasional Teknik Industri 2019*, 4(1). Teknik Industri Universitas Malikussaleh.
- Tarigan, U., & Ginting, R. (2018). Penilaian Kepuasan Pengguna Terhadap Atribut Produk Dengan Menggunakan Model Kano: Studi Kasus Desain Inkubator Bayi. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 20(1), 29–33. <https://doi.org/10.32734/Jsti.V20i1.381>
- Whardani, S. E., Iriani, & Handoyo. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Cuci Dengan Metode *Servqual*, *Zone of Tolerance*, dan *Importance Performance Analysis*” Di Vicha Laundry, Surabaya. *Teknapro: Journal Of Industrial Engineering And Management*, 14(2), 13–21. <https://doi.org/10.33005/Teknapro.V14i2.89>
- Widiyanti, W. (2022). Evaluasi Servqual pada Petshop Indonesia menggunakan Metode IPA dan CSI. *Perspektif: Jurnal Ekonomi dan Manajemen Akademi Bina Sarana Informatika*, 20(1), 50-59.
- Wulandari, N., Sauddin, A., & Kasse, I. (2017). Analisis Kualitas Layanan Pada Fakultas Sains dan Teknologi Menggunakan Metode *Zone of Tolerance*, Kano, dan *Lean Six Sigma*” (Studi Kasus: Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)”. *Jurnal Msa (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)*, 5(2), 81–81. <https://doi.org/10.24252/Msa.V5i2.4513>
- Yanti, F., & Murni, T. (2019). Integrasi *SERVQUAL* dan Model Kano ke dalam QFD pada Pengukuran Kualitas Pelayanan Paket Pos di PT. Pos Indonesia Cabang Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 24(3), 262-273. <https://doi.org/10.35760/Eb.2019.V24i3.2277>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).