



ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DI PD ARAHMAH

Ahmad Fachrurrozi¹, Priyo Ari Wibowo², Afif Fawa Idul Fata³
^{1,2,3} STT Wastukencana Purwakarta, Indonesia

Email: frahu613@gmail.com



DOI: <https://doi.org/10.34125/jmp.v11i4.3264>

Sections Info

Article history:

Submitted: 13 June 2026
Final Revised: 21 June 2026
Accepted: 6 August 2026
Published: 25 August 2026

Keywords:

Service Quality
SERVQUAL
Importance-Performance
Analysis
Customer Satisfaction
Tea Products.



ABSTRACT

This study aims to evaluate the service quality of tea products at PD Arahmah Wanayasa Purwakarta and identify service attributes that should be prioritized for improvement to increase customer satisfaction. This study employed the Service Quality (SERVQUAL) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. The research data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who were customers of PD Arahmah tea products. The SERVQUAL method was used to measure service quality based on the gap between customer perceptions and expectations, while the IPA method was applied to determine the importance and performance levels of each service attribute and to classify them into four priority quadrants. The results showed that the average customer perception score was 3.80, while the average expectation score was 3.66, resulting in an average gap value of 0.14. The service quality (Q) value of 1.038 indicates that, overall, the service quality provided has met and exceeded customer expectations. The IPA results identified product packaging, taste consistency, and employees' understanding of customer needs as the main priorities for improvement. Improvements in these attributes are expected to enhance service quality, customer satisfaction, and the sustainability of PD Arahmah's business.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pada produk teh di PD Arahmah Wanayasa Purwakarta serta mengidentifikasi atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) dan Importance Performance Analysis (IPA). Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan produk teh PD Arahmah. Metode SERVQUAL digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan, sedangkan metode IPA digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut pelayanan serta memetakan atribut ke dalam empat kuadran prioritas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata persepsi pelanggan sebesar 3,80, sedangkan nilai rata-rata harapan sebesar 3,66, sehingga diperoleh nilai rata-rata gap sebesar 0,14. Nilai kualitas pelayanan (Q) sebesar 1,038 menunjukkan bahwa secara umum kualitas pelayanan telah memenuhi dan melampaui harapan pelanggan. Hasil analisis IPA menunjukkan bahwa atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki adalah kemasan produk, konsistensi rasa, dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan. Perbaikan pada atribut tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, serta keberlanjutan usaha PD Arahmah.

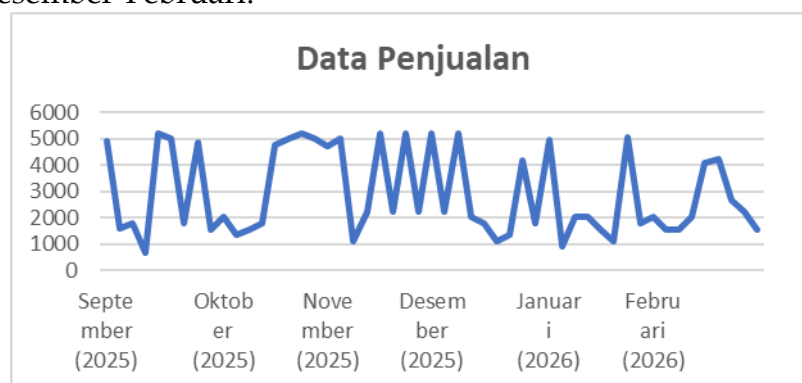
Kata kunci: Kualitas Pelayanan, SERVQUAL, Importance Performance Analysis, Kepuasan Pelanggan, Produk Teh.

PENDAHULUAN

Industri minuman berbasis teh di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup signifikan seiring meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk alami dan tradisional yang memiliki nilai kesehatan serta kearifan lokal. Kawasan Wanayasa sebagai salah satu daerah penghasil teh memiliki potensi besar dalam pengembangan produk teh, baik dari sisi produksi maupun pariwisata agro. Namun demikian, dalam konteks persaingan pasar yang semakin kompetitif, keberhasilan suatu produk tidak hanya ditentukan oleh kualitas fisik produk, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kualitas pelayanan menjadi faktor strategis dalam membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya menentukan keberlanjutan usaha.

Secara konseptual, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima dengan harapan yang diinginkan. Pendekatan ini dijelaskan melalui metode *Service Quality (SERVQUAL)* yang mengukur kesenjangan (gap) antara persepsi dan harapan pelanggan dalam beberapa dimensi pelayanan. Penelitian menunjukkan bahwa nilai gap negatif menandakan bahwa layanan yang diberikan belum mampu memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga diperlukan perbaikan kualitas layanan (Zhang et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi kualitas pelayanan menjadi aspek krusial dalam meningkatkan daya saing suatu usaha, termasuk dalam industri produk teh di Wanayasa.

Selain itu, metode *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan untuk mengidentifikasi atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja. Melalui *IPA*, perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat dalam mengalokasikan sumber daya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara efektif (Kitaibekova et al., 2023). Dengan demikian, kombinasi metode *SERVQUAL* dan *IPA* memberikan pendekatan yang komprehensif dalam mengevaluasi kualitas pelayanan sekaligus merumuskan strategi peningkatan yang berbasis data. Untuk memperkuat latar belakang penelitian, disertakan data penjualan teh selama periode Desember hingga Februari yang menunjukkan adanya perubahan jumlah penjualan setiap bulan. Berikut Grafik Penjualan Bulan Desember-Februari:



Gambar 1. 1 Data Penjualan

Grafik tersebut menunjukkan pola penjualan produk teh selama periode Desember hingga Februari yang bersifat fluktuatif. Pada bulan Desember, penjualan terlihat relatif tinggi meskipun mengalami beberapa penurunan di pertengahan bulan, yang mengindikasikan adanya peningkatan permintaan di awal periode. Memasuki bulan Januari, grafik menunjukkan penurunan yang lebih dominan dengan beberapa titik penjualan berada pada level rendah, sehingga dapat diartikan sebagai fase melemahnya permintaan pasar. Selanjutnya, pada bulan Februari terlihat adanya perbaikan tren penjualan, ditandai dengan kenaikan bertahap meskipun masih disertai fluktuasi. Kondisi ini menunjukkan adanya

pemulihan permintaan setelah penurunan di bulan sebelumnya. Secara keseluruhan, grafik menggambarkan bahwa penjualan tidak stabil, sehingga diperlukan analisis lebih lanjut terhadap faktor-faktor yang memengaruhi, termasuk kualitas pelayanan dan pengalaman konsumen.

Fluktuasi penjualan tersebut tidak dapat dilepaskan dari perilaku pembelian ulang (repeat purchase) pelanggan, yang dalam berbagai penelitian pemasaran terbukti sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diterima. Ketika kualitas pelayanan yang dirasakan berada di bawah harapan pelanggan atau menghasilkan gap negatif pada dimensi-dimensi SERVQUAL, pelanggan cenderung mengurangi frekuensi pembelian atau beralih ke produk teh lain di kawasan Wanayasa, sehingga tercermin dalam penurunan volume penjualan pada periode tertentu, seperti yang terlihat pada bulan Januari. Sebaliknya, perbaikan kualitas pelayanan berpotensi mendorong kembali minat beli pelanggan, yang tercermin dari tren pemulihan penjualan pada bulan Februari. Hal ini sejalan dengan konsep service-profit chain, yang menyatakan bahwa kualitas layanan mendorong kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan mendorong loyalitas, dan loyalitas pelanggan pada akhirnya berdampak langsung pada pertumbuhan penjualan dan pendapatan perusahaan (Marafi et al., 2024). Dengan demikian, data penjualan yang fluktuatif ini bukan sekadar informasi pelengkap, melainkan berfungsi sebagai indikasi awal (preliminary evidence) di lapangan bahwa terdapat persoalan pada sisi kepuasan pelanggan yang kemungkinan besar bersumber dari kesenjangan kualitas pelayanan. Kondisi inilah yang memperkuat urgensi penelitian ini, yaitu untuk mengidentifikasi dimensi pelayanan mana yang paling berkontribusi terhadap ketidakstabilan penjualan tersebut serta menyusun prioritas perbaikan melalui pendekatan SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA).

Dalam berbagai penelitian empiris, kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, terutama pada sektor makanan dan minuman yang memiliki tingkat persaingan tinggi. Penelitian pada industri kuliner menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam mempertahankan pelanggan di tengah kompetisi yang ketat (Rully Astri Hildayati et al., 2025). Hal ini relevan dengan kondisi produk teh di Wanayasa yang tidak hanya bersaing dari segi rasa dan kualitas produk, tetapi juga dari pengalaman pelayanan yang dirasakan oleh konsumen.

Namun, pada praktiknya, masih banyak usaha berbasis produk lokal yang belum melakukan evaluasi kualitas pelayanan secara terstruktur dan berbasis metode ilmiah. Hal ini menyebabkan sulitnya mengidentifikasi atribut pelayanan yang perlu diperbaiki secara prioritas, sehingga upaya peningkatan kualitas sering kali tidak tepat sasaran. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa banyak atribut pelayanan masih berada pada kondisi gap negatif, yang berarti belum memenuhi harapan pelanggan secara optimal (Bagus A et al., 2024).

Menurut (Prihaswara et al., 2024) Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penting dilakukan analisis kualitas pelayanan pada produk teh di Wanayasa dengan menggunakan metode SERVQUAL dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai tingkat kepuasan pelanggan, mengidentifikasi kesenjangan pelayanan, serta menentukan prioritas perbaikan yang tepat. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing produk teh di Wanayasa.

Penelitian ini bertujuan : (1.) Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan di PD Arahmah berdasarkan perbandingan antara persepsi dan harapan pelanggan menggunakan

metode *SERVQUAL*. (2.) Untuk mengidentifikasi pengelompokan atribut-atribut pelayanan di PD Arahmah ke dalam kategori *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berdasarkan metode *SERVQUAL*. (3.) Untuk menentukan atribut pelayanan apa saja yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki berdasarkan hasil integrasi antara metode *SERVQUAL* dan metode *IPA*.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan pendekatan sistematis yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian.

Menurut Sugiyono (2017), metodologi penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Proses ini melibatkan langkah-langkah pengumpulan data, analisis, dan interpretasi untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti.

Pengambilan dan perolehan data pada penelitian ini dilakukan di kawasan Wanayasa, Kabupaten Purwakarta, yang dikenal sebagai salah satu daerah penghasil dan penjual produk teh. Objek dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan pada penjualan produk teh di Wanayasa, yang meliputi aspek bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan produk teh di Wanayasa dengan menggunakan metode *Service Quality* (*SERVQUAL*) dan *Importance Performance Analysis* (*IPA*). Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan serta atribut pelayanan yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Sugiyono (2018:130) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian dan mengonsumsi produk teh di wilayah Wanayasa, Kabupaten Purwakarta. Populasi tersebut dikategorikan sebagai *infinite population*, karena jumlah konsumen yang datang tidak dapat dihitung secara pasti dan terus berubah dari waktu ke waktu. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang ada di kec. Wanayasa yaitu sejumlah 100 orang.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa tidak semua anggota populasi memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Oleh karena itu, peneliti menetapkan kriteria tertentu, yaitu responden yang pernah membeli atau mengonsumsi produk teh di Wanayasa setidaknya satu kali, sehingga memiliki pengalaman langsung terhadap pelayanan yang diberikan.

Sampel merupakan bagian populasi penelitian yang digunakan untuk memperkirakan hasil dari suatu penelitian. Sugiyono (2018:131) mengemukakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden, yang berarti seluruh populasi dijadikan *sample*. Menurut (Hidayat et al., 2023). Penentuan jumlah tersebut dianggap memadai untuk merepresentasikan populasi serta mendukung proses analisis data. Proses pengambilan sampel dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen yang bersedia berpartisipasi, bilamana jumlah Populasi lebih kecil dari 100 maka seluruh populasi dijadikan *sample*.

Berdasarkan hasil pengumpulan data, diperoleh komposisi responden yang terdiri dari 56

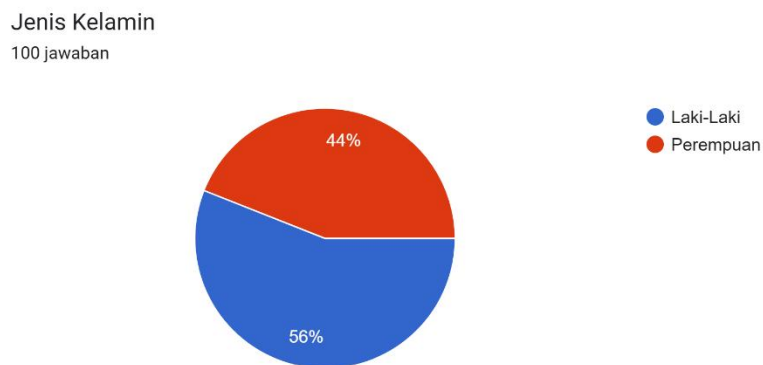
laki-laki dan 44 perempuan. Distribusi responden ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang cukup representatif mengenai penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan produk teh di Wanayasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Profil Responden

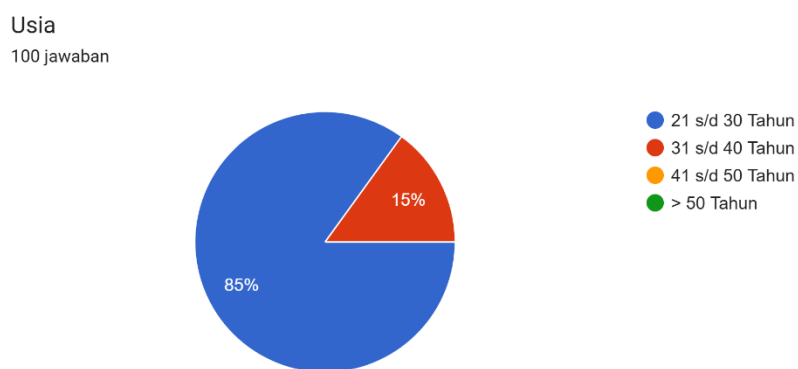
Dalam penyebaran kuesioner didapatkan data profil responden pelanggan PD Arahmah. Dari total keseluruhan responden yang berjumlah 100 responden, PD Arahmah memiliki konsumen pada jenis kelamin Laki-laki dan Perempuan.



Gambar 4. 1 Diagram profil responden berdasarkan Jenis kelamin Laki-laki dan Perempuan

Sumber : Data Pengolahan 2026

Sedangkan usia responden pelanggan PD Arahmah terdiri dari empat kelompok usia, yaitu 21 s/d 30 tahun, 31 s/d 40 tahun, 41 s/d 50 tahun, dan > 50 tahun.



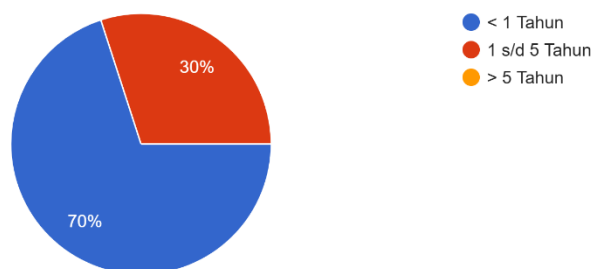
Gambar 4. 2 Diagram profil responden berdasarkan Usia

Sumber : Data Pengolahan 2026

Untuk sudah berapa lama responden dalam membeli produk teh di PD Arahmah Wanayasa terdiri dari dua kategori, yaitu kurang dari 1 tahun dan 1 s/d 5 tahun.

Sudah berapa lama Bapak/Ibu membeli produk teh di PD Arahmah Wanayasa?

100 jawaban



Gambar 4. 3 Diagram profil responden berdasarkan pembelian produk teh
Sumber : Data Pengolahan 2026

Uji Validitas

Sebelum data hasil kuesioner dianalisis lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan pada kuesioner mampu mengukur variabel penelitian dengan baik. Pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 23. Metode yang digunakan yaitu korelasi Product Moment Pearson (Bivariate Pearson) dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 atau 5%. Dasar pengambilan keputusan pada uji validitas dilakukan dengan melihat nilai signifikansi dari setiap item pernyataan. Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka item pernyataan dinyatakan valid, sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka item pernyataan dinyatakan tidak valid dan tidak layak digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian. Pengujian validitas ini bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan setiap pernyataan dalam kuesioner terhadap variabel yang diteliti, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PD Arahmah Wanayasa. Uji validitas dilakukan pada seluruh item pertanyaan yang telah disebarkan kepada pelanggan PD Arahmah Wanayasa sebagai responden penelitian. Adapun hasil pengujian validitas kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut. Hasil penelitian, hasil penelitian, hasil penelitian, hasil penelitian, hasil penelitian, hasil penelitian.

1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	No.Item	Koefisien korelasi (r hitung) > r tabel	Nilai r tabel (n100 , $\alpha = 0,05$)	Hasil Pengujian
Bukti Fisik	Tempat penjualan produk teh di Wanayasa memiliki tampilan yang bersih dan menarik	.475	0,196	Valid

Variabel	No.Item	Koefisien Korelasi (r)	Nilai r tabel (n100, $\alpha =$	Hasil Pengujian
	Kemasan produk teh terlihat rapi, higienis, dan memiliki desain yang menarik	.214	0,196	Valid
	Fasilitas pendukung (area penyajian dan display produk) tersedia dengan baik	.294	0,196	Valid
Keandalan Pelayanan	Produk teh yang disajikan sesuai dengan pesanan pelanggan	.578	0,196	Valid
	Kualitas rasa produk teh konsisten setiap pembelian	.475	0,196	Valid
	Pelayanan diberikan dengan tepat dan minim kesalahan	.417	0,196	Valid
Daya Tangkap	Karyawan cepat dalam melayani pesanan pelanggan	.643	0,196	Valid
	Karyawan sigap membantu pelanggan	.370	0,196	Valid
	Karyawan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	.533	0,196	Valid
Jaminan	Karyawan memahami produk teh dengan baik	.528	0,196	Valid
	Produk teh aman untuk dikonsumsi	.240	0,196	Valid

Variabel	No.Item	Koefisien korelasi (r)	Nilai r tabel (n100, $\alpha = 0,05$)	Hasil Pengujian
Empathy	Karyawan bersikap sopan dan dapat dipercaya	.453	0,196	Valid
	Karyawan memberikan perhatian kepada setiap pelanggan	.395	0,196	Valid
	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan dalam memilih teh	.358	0,196	Valid
	Karyawan melayani pelanggan dengan ramah dan bersahabat	.269	0,196	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 23

2. Uji Validitas Kepuasan

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Kepuasan

Variabel	No.Item	Koefisien korelasi (r hitung) > r tabel	Nilai r tabel (n100, $\alpha = 0,05$)	Hasil Pengujian
Kepuasan Pelayanan	Saya puas terhadap pelayanan yang diberikan PD ARAHMAH.	.380	0,196	Valid
	Saya merasa nyaman saat mendapatkan pelayanan.	.241	0,196	Valid
	Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan saya.	.242	0,196	Valid
Kesesuaian Harapan	Pelayanan yang diberikan PD ARAHMAH sesuai dengan harapan saya.	.358	0,196	Valid

Variabel	No.Item	Koefisien Korelasi (r)	Nilai r tabel (n100, $\alpha =$	Hasil Pengujian
Minat Menggunakan Kembali	Kualitas pelayanan yang saya terima sudah memenuhi kebutuhan saya.	.252	0,196	Valid
	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang saya inginkan sebagai pelanggan.	.392	0,196	Valid
	Saya bersedia menggunakan layanan PD ARAHMAH kembali di masa mendatang.	.524	0,196	Valid
	Saya tertarik untuk kembali melakukan transaksi di PD ARAHMAH.	.309	0,196	Valid
	Saya memilih PD ARAHMAH sebagai tempat yang akan saya gunakan kembali untuk mendapatkan pelayanan.	.485	0,196	Valid
Rekomendasi	Saya bersedia merekomendasikan PD ARAHMAH kepada keluarga saya.	.744	0,196	Valid
	Saya bersedia merekomendasikan PD ARAHMAH kepada teman atau kerabat.	.367	0,196	Valid
	Saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan PD ARAHMAH.	.389	0,196	Valid

Variabel	No.Item	Koefisien Korelasi (r)	Nilai r tabel (n100, $\alpha =$	Hasil Pengujian
Kepuasan Keseluruhan	Secara keseluruhan saya puas terhadap kualitas pelayanan PD ARAHMAH.	.371	0,196	Valid
	Pelayanan yang diberikan PD ARAHMAH sudah baik secara menyeluruh.	.405	0,196	Valid
	Saya merasa pengalaman pelayanan di PD ARAHMAH sangat memuaskan.	.250	0,196	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 23

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini dilakukan pada kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan PD Arahmah Wanayasa untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data penelitian. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas kuesioner pada responden pelanggan PD Arahmah Wanayasa yang memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar :

1. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.644	15

2. Hasil Uji Realibilitas Kepuasan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,644	15

Identifikasi GAP Kebutuhan Pelanggan

Setelah dilakukan uji reabilitas terhadap kuesioner yang digunakan, untuk tahap selanjutnya dari penelitian ini adalah menentukan nilai GAP skor pada hasil dari jawaban kuesioner yang telah disebarkan untuk menentukan apakah kualitas pelayanan yang diberikan telah memenuhi kebutuhan pada konsumen. Identifikasi kebutuhan pelanggan ini dilakukan untuk mengetahui tingkat prioritas kebutuhan yang pelanggan yang diinginkan dari pelayanan PD Arahmah. Prioritas keinginan konsumen ini akan dijadikan tolak ukur dalam meningkatkan service quality di PD Arahmah. Dalam identifikasi kebutuhan pelanggan ini akan dihitung seberapa besar kesenjangan / gap yang terjadi.

Tabel 4. 4 Identifikasi GAP Kebutuhan Pelanggan

Variabel	Item	GAP		Gap (P-H)
		Persepsi (X)	Harapan (Y)	
Bukti Fisik (tangible)				
1	Tempat penjualan produk teh di Wanayasa memiliki tampilan yang bersih dan menarik	3,89	3,76	,130
2	Kemasan produk teh terlihat rapi, higienis, dan memiliki desain yang menarik	3,65	3,94	-,290
3	Fasilitas pendukung (area penyajian dan display produk) tersedia dengan baik	3,89	3,75	,140
	Rata-rata	3,81	3,82	-0,01
Kehandalan (Reliability)				
4	Produk teh yang disajikan sesuai dengan pesanan pelanggan	3,81	3,79	0,020
5	Kualitas rasa produk teh konsisten setiap pembelian	3,75	3,83	-0,080

Variabel	Item	GAP		Gap
6	Pelayanan diberikan dengan tepat dan minim kesalahan	3,92	3,82	0,100
	Rata-Rata	3,83	3,81	0,01
	Daya Tangkap (<i>Responsiveness</i>)			
7	Karyawan cepat dalam melayani pesanan pelanggan.	3,83	3,34	,490
8	Karyawan sigap membantu pelanggan	3,39	3,45	-,060
9	Karyawan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	3,96	3,73	,230
	Rata-Rata	3,73	3,51	0,22
	Jaminan (<i>assurance</i>)			
10	Karyawan memahami produk teh dengan baik	3,93	3,39	,540
11	Produk teh aman untuk dikonsumsi	3,89	3,78	,110
12	Karyawan bersikap sopan dan dapat dipercaya.	4,00	3,62	,380
	Rata-Rata	3,94	3,60	0,34
	Empati (<i>Empathy</i>)			
13	Karyawan memberikan perhatian kepada setiap pelanggan	3,73	3,28	,450

Variabel	Item	GAP		Gap
14	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan dalam memilih teh.	3,41	3,86	-,450
15	Karyawan melayani pelanggan dengan ramah dan bersahabat	3,96	3,62	,340
Rata-Rata		3,70	3,59	0,11

Sumber : Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 23

Pengukuran Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

Dari hasil perhitungan tersebut jika $Q \geq 1$, maka kesenjangan atas kualitas pelayanan perusahaan dinyatakan baik atau dengan kata lain pelayanan dikatakan baik. Berikut ini tabel kualitas pelayanan Tiap dimensinya :

Tabel 4. 5 Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap	Q=p/e
		P	E		
1	Bukti Fisik (<i>tangibles</i>)	3,81	3,82	-0,01	1,0
2	Kehandalan (<i>Reability</i>)	3,83	3,81	0,01	1,00
3	Daya Tangkap (<i>Responsiveness</i>)	3,73	3,51	0,22	1,06
4	Jaminan (<i>assurance</i>)	3,94	3,60	0,34	1,10
5	Empati (<i>Empatly</i>)	3,70	3,59	0,11	1,03
Rata-rata		3,80	3,66	0,14	1,038

Sumber : Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 23

Berdasarkan analisis kualitas pelayanan menggunakan metode SERVQUAL, terdapat dua dimensi yang masih menunjukkan nilai gap negatif, yaitu Bukti Fisik (*Tangibles*) sebesar -0,01. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima masih sedikit berbeda di bawah harapan mereka.

Berdasarkan analisis kualitas pelayanan diatas maka dapat di simpulkan bahwa dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*) harus dilakukan usulan perbaikan, diantaranya :

Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*)

Gap negatif yang relatif kecil pada dimensi bukti fisik menunjukkan bahwa persepsi pelanggan hampir menyamai harapan, namun masih terdapat ketidaksesuaian pada detail layanan. Oleh karena itu, usulan perbaikan difokuskan pada penyempurnaan aspek visual dan fungsional, seperti penataan barang jadi yang lebih rapi dan menarik, kejelasan

informasi harga dan produk, serta optimalisasi fasilitas fisik dan peralatan transaksi. Berdasarkan hasil penelitian dan observasi serta kajian literatur maka PD Arahmah perlu meningkatkan lagi dalam dimensi Bukti Fisik yang masih kurang dalam pelayanan dan pelayanan yang sudah baik perlu ditingkat lagi dalam pelayanan survey selanjutnya meliputi, aspek visual dan fungsional, seperti penataan barang jadi yang lebih rapi dan menarik, kejelasan informasi harga dan produk.

Dengan dilakukannya perbaikan pada dimensi bukti fisik (Tangibles) tersebut, diharapkan kualitas pelayanan dapat meningkat dan lebih sesuai dengan harapan pelanggan.

Dari hasil kualitas pelayanan tiap dimensi maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil perhitungan kualitas pelayanan tiap dimensi dihasilkan :

$Q = \text{Penilaian(Presepsi)}/\text{Harapan}$, sebesar $1,038 \geq 1$ maka kesenjangan atas kualitas pelayanan PD Arahmah dinyatakan lebih baik dari yang diharapkan.

Perhitungan Importance Performance Analysis (IPA)

Setelah memahami nilai gap keseluruhan, tahap selanjutnya adalah menganalisis kesesuaian antara kinerja dan harapan pelanggan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menentukan posisi setiap atribut layanan PD Arahmah berdasarkan tingkat persepsi (kinerja) dan harapan pelanggan. Proses ini dilaksanakan dengan memetakan ke dalam grafik kartesius, menggunakan nilai rata-rata dari persepsi (X) dan harapan (Y). Gambar dalam grafik ini memfasilitasi penentuan lokasi kuadran untuk setiap dimensi layanan. Informasi lengkap mengenai nilai kinerja, kepentingan dan posisi kuadran tiap atribut disajikan.

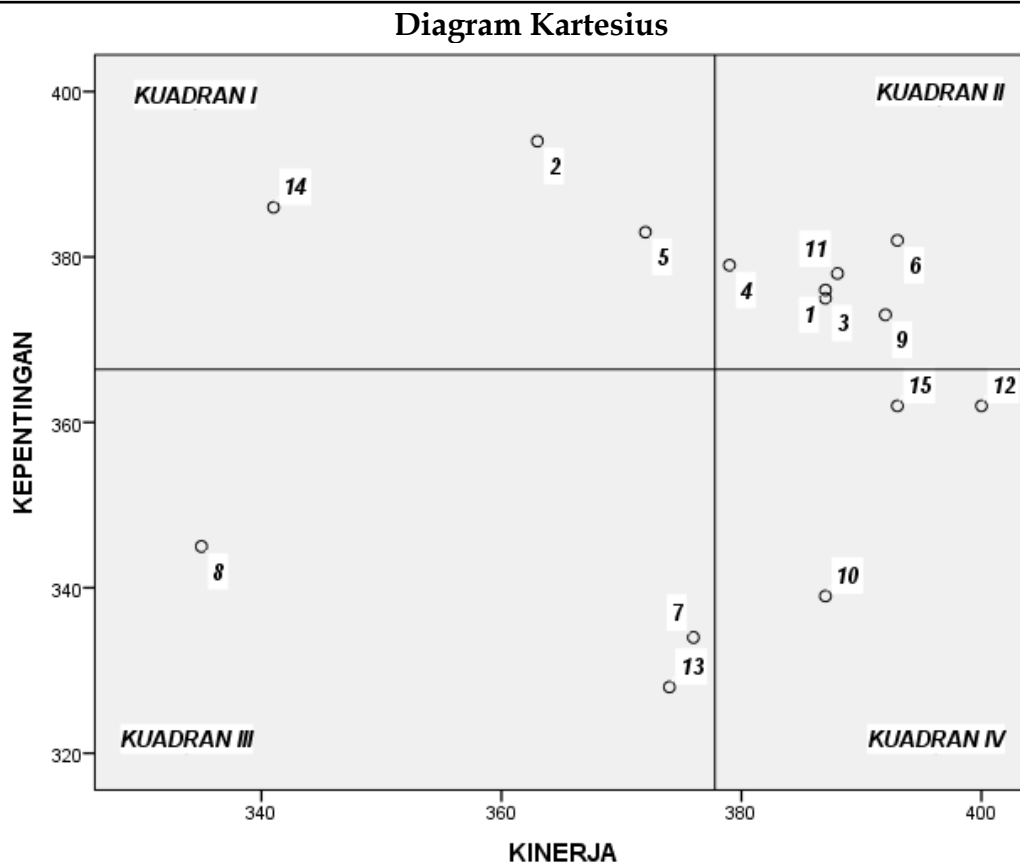
Tabel 4. 6 Kuadran Keseluruhan Dimensi

Dimensi	No	Pertanyaan	GAP	Kuadran
Tangible (Bukti Fisik)	1	Tempat penjualan produk teh di Wanayasa memiliki tampilan yang bersih dan menarik	0,130	II
	2	Kemasan produk teh terlihat rapi, higienis, dan memiliki desain yang menarik	-0,290	I
	3	Fasilitas pendukung (area penyajian dan display produk) tersedia dengan baik	0,140	II
Reliability (Kehandalan)	4	Produk teh yang disajikan sesuai dengan pesanan pelanggan	0,020	II
	5	Kualitas rasa produk teh konsisten setiap pembelian	-0,080	I
	6	Pelayanan diberikan dengan tepat dan minim kesalahan	0,100	II

Dimensi	No	Pertanyaan	GAP	Kuadran
Responsiveness (Daya Tanggap)	7	Karyawan cepat dalam melayani pesanan pelanggan	0,490	III
	8	Karyawan sigap membantu pelanggan	-0,060	III
	9	Karyawan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan	0,230	II
Assurance (Jaminan)	10	Karyawan memahami produk teh dengan baik	0,540	IV
	11	Produk teh aman untuk dikonsumsi	0,110	II
	12	Karyawan bersikap sopan dan dapat dipercaya	0,380	IV
Empathy (Empati)	13	Karyawan memberikan perhatian kepada setiap pelanggan	,450	III
	14	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan dalam memilih teh	-0,450	I
	15	Karyawan melayani pelanggan dengan ramah dan bersahabat	0,340	IV

Sumber : Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 23

Bagan kartesius dibuat dengan membagi bidang menjadi empat bagian menggunakan dua garis yang berpotongan di titik pusat, yang dikenal sebagai nilai persepsi rata-rata (X) dan nilai harapan rata-rata (Y). Pada penelitian ini, pemetaan IPA dilakukan menggunakan SPSS 23 dengan data kuesioner kepuasan pelanggan yang divisualisasikan sebagaimana ditampilkan pada Diagram dibawah.



Gambar 4. 4 Hasil Kuadran Keseluruhan Dimensi

Sumber : Hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 23

Berdasarkan hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA) yang telah dilakukan, diperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi kualitas pelayanan PD Arahmah Wanayasa dari sudut pandang pelanggan. Dari 15 atribut pelayanan yang dianalisis, terdapat 3 atribut yang masuk ke dalam Kuadran I dan menjadi prioritas utama perbaikan, yaitu kemasan produk teh (Item 2), konsistensi kualitas rasa (Item 5), dan kemampuan karyawan memahami kebutuhan pelanggan dalam memilih teh (Item 14). Ketiga atribut ini dinilai penting oleh pelanggan namun kinerjanya masih belum memenuhi harapan, sehingga perlu mendapat perhatian dan tindakan perbaikan yang segera dari pihak manajemen.

Sementara itu, 5 atribut pada Kuadran II yang meliputi tampilan tempat penjualan, fasilitas pendukung, kesesuaian produk dengan pesanan, ketepatan pelayanan, dan keamanan produk teh telah menunjukkan kinerja yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga perlu terus dipertahankan konsistensinya. Adapun atribut-atribut pada Kuadran III seperti kecepatan layanan, kesiapan karyawan, dan pemerataan perhatian kepada pelanggan memiliki tingkat kepentingan yang relatif lebih rendah di mata pelanggan, namun tetap perlu diperbaiki secara bertahap agar tidak berkembang menjadi keluhan yang lebih serius di masa mendatang. Sedangkan atribut-atribut pada Kuadran IV yang mencakup ketanggapan dalam menangani keluhan, pengetahuan produk karyawan, kesopanan, dan keramahan karyawan telah menunjukkan kinerja yang melampaui harapan pelanggan dan menjadi keunggulan kompetitif PD Arahmah yang perlu dipertahankan.

Secara keseluruhan, hasil analisis ini menunjukkan bahwa PD Arahmah telah memiliki fondasi pelayanan yang cukup baik, namun masih terdapat ruang perbaikan yang signifikan terutama pada aspek kemasan produk dan pemahaman karyawan terhadap kebutuhan pelanggan. Dengan mengimplementasikan usulan perbaikan secara terstruktur dan

berkesinambungan, diharapkan kualitas pelayanan PD Arahmah dapat meningkat secara menyeluruh sehingga mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap kepuasan, loyalitas, dan keberlanjutan usaha PD Arahmah di Wanayasa Purwakarta.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai evaluasi kualitas pelayanan produk teh di PD Arahmah Wanayasa Purwakarta menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) dan Importance Performance Analysis (IPA), dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan telah memenuhi dan melampaui harapan pelanggan. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai rata-rata persepsi sebesar 3,80 dan nilai rata-rata harapan sebesar 3,66, sehingga diperoleh nilai gap sebesar 0,14. Hasil perhitungan kualitas pelayanan menghasilkan nilai Q sebesar 1,038 (≥ 1), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara umum berada pada kondisi baik. Berdasarkan hasil analisis SERVQUAL, dimensi Tangibles memperoleh gap sebesar -0,01, Reliability sebesar 0,01, Responsiveness sebesar 0,22, Assurance sebesar 0,34, dan Empathy sebesar 0,11. Selanjutnya, hasil pemetaan IPA terhadap 15 atribut pelayanan menunjukkan bahwa 3 atribut berada pada Kuadran I sebagai prioritas utama perbaikan, 5 atribut pada Kuadran II yang perlu dipertahankan, 3 atribut pada Kuadran III sebagai prioritas rendah, dan 4 atribut pada Kuadran IV. Atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan adalah kemasan produk teh yang rapi, higienis, dan menarik; konsistensi kualitas rasa produk teh; serta kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan. Perbaikan pada ketiga atribut tersebut diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Agustin. (2023). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, NILAI PELANGGAN DAN LETAK GEOGRAFIS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA VIA SALON TRENGGALEK. *Jurnal Maneksi*, 12(2), 368–377. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i3.1613>
- Alamsyah, A. T., & Dahda, S. S. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Distributor Pupuk Dengan Metode Service Quality dan Improvement Gap Analysis. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 20(1), 81. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/19575/8209>
- Alfatiyah, R., Sukwadi, R., & Bastuti, S. (2025). **Evaluasi Kualitas Layanan pada Jasa Ritel: Pendekatan Importance Performance Analysis (IPA) untuk Kepuasan Pelanggan.** *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 4(4), 1633–1643. <https://doi.org/10.55826/jtmit.v4i4.1228>
- Amalia, D., Dewi, C. V., Adzaldi, H. A., & Zaki, M. I. (2025). Kepuasan Konsumen Haus Berdasarkan Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kualitas Produk Di Bekasi. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 15(2), 233–235. <https://doi.org/10.35968/mpu.v15i2.1458>
- Amoozegar, A., & Xu, L. J. (2025). *Service quality and customer satisfaction using SERVQUAL Model : restaurant industry in*. 8(5), 795–811. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i5.8857>
- Anas Arisandi, Agusti, F. R. (2025). *Analisis kualitas kepuasan pelanggan*. 5(2), 569–579.
- Arifin, M. M., Agustin, M., & Lusua, V. (2023). Customer Satisfaction Index dan Service Quality (Servqual) untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Usaha Rumah Setrika. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 11(2), 146. <https://journal.privietlab.org/index.php/JEBL/article/download/574/267/2360>
- Bagus A, M. I., Muslimin, M., & Wahyudi, R. (2024). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance

- Performace (study kasus Kofibrik Mojokerto). *Jurnal Produktiva*, 4(2), 5–10. <http://ejurnal.unim.ac.id/>
- Dewi, I., Khotimah, H., Nasution, R., Zulpan, Hariyati, T., & Rusli, A. (2023). Teori populasi dan pengambilan sampel. *Jurnal Literasiologi*, 14(2), 1–9.
- Dionisius Hardin, & Nur Nawaningtyas. (2024). Analisa Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan pada PT Tj Bros dengan Metode SERVQUAL (Service Quality). *Merkurius: Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknik Informatika*, 3(1), 55–65. <https://doi.org/10.61132/mercurius.v3i1.589>
- Ekonomi, F., Bisnis, D., Bina, U., Informatika, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Bina, U., & Informatika, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada MIXUE Ice Cream & Tea. (3), 217–226.
- Elfi, M., Suryani, W., & Wijaya, M. (2025). Pengaruh Dimensi Servqual terhadap Customer Satisfaction pada Supermarket Maju Bersama Medan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6586–6595. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1675>
- Gloriano, G., & Nugraha, J. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual: Studi Kasus di Perpustakaan Unesa. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 10(3), 233–245. <https://doi.org/10.26740/jpap.v10n3.p233-245>
- Gunawan, A., Ferro Ferdinand, P., Pramesti, D., Barleany, D. R., Setiawan, H., & Katili, P. B. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Service Quality pada Toko Alfamidi Muara Ciujung Barat. *Journal of Integrated System*, 8(2), 177–188. <https://doi.org/10.28932/jis.v8i2.13482>
- Haidar, A., Octaviani, N., & Hendrasto, N. (2025). *Analyzing Product Quality , Price , Promotion , and Service Quality Impact on Consumer Satisfaction : Es Teh Indonesia Bogor*. 06(02), 338–360.
- Halifia Safitri, Puji, K., & Ade Dwi Chandra. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Digital dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di TopShop Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 7(1), 574–585. <https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i1.6342>
- Hamid, I. A. (2024). ASSESSMENT OF SERVQUAL ON THE SATISFACTION OF. 22(July), 1–13.
- Hana, F. N., & Yuamita, F. (2025). Evaluasi Pelayanan Akademik pada Perguruan Tinggi Swasta Prodi Teknik Industri Menggunakan Metode IPA dan SERVQUAL. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 3(1), 205–217.
- Haryani, H., & Anwar, H. (2025). Analisis Kualitas Layanan dengan Metode Servqual pada Kantor Desa Batuah Loa Janan Service Quality Analysis with the Servqual Method at the Batuah Loa Janan Village Office. *KINERJA: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 22(1), 101–107.
- Haryanto, J., Silitonga, R. Y. H., Setiawati, M., & Silitonga, R. Y. H. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi XYZ untuk Meningkatkan Kepuasan Mitra dengan Metode Seroqual , IPA , dan CSI Analysis of XYZ Application Service Quality to Increase Partner Satisfaction with Seroqual , IPA , and CSI Methods Program Studi Teknik Indus. 6(2), 197–209.
- Hasifah, H., Maliga, I., Lestari, A., Sholihah, N. A., & Rafi'ah, R. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap dengan Pendekatan Metode Service Quality di Puskesmas Lape. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 5(1), 321–326. <https://doi.org/10.54082/jupin.1246>
- Hidayat, D. F., Ode, L., Safar, A., & Fathimahhayati, L. D. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus :

- PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur). 9(1), 167–176.
- Hutabarat H, Amri S, Herlambang A, & Marwan. (2025). Analisis Pengukuran Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Service Quality Index (SQI) pada PT. KPBN Unit Belawan. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 3(5), 425–434.
- Idris, M. K., Dewayana, T. S., & Habyba, A. N. (2022). Service quality dan importance performance analysis untuk menentukan prioritas peningkatan kualitas layanan nasabah bank. *Journal Industrial Servicess*, 7(2), 243. <https://doi.org/10.36055/jiss.v7i2.13828>
- Industri, T., & Informasi, S. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual Pada PT . Sinergi Adhikarya Semesta. 5(1), 45–51.
- Informatika, L., Maghfirah, R., Fattah, F., Indonesia, U. M., Analysis, G., Layanan, K., Space, C. C., & Surabaya, K. (2025). Analisis Kepuasan Costumers Terhadap Pelayanan Cafe Choice Space Menggunakan Metode Servqual (Service Quality Model). 2(2), 276–285.
- Inggita, R., Citra, A., Kristanti, N. E., & Yuliando, H. (2024). Consumers ' Perception Analysis on Service Quality of Coffee Shops and Coworking Spaces in Yogyakarta , Indonesia. 44(2), 128–136.
- Irawan, I. C. (2025). Peran Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan dalam Membangun Niat Belanja Ulang. *Solusi*, 23(4), 519–539. <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i4.12894>
- Issue, V., Gerson, T. I., Ode, L., Safar, A., & Utomo, D. S. (2025). JUTIN : Jurnal Teknik Industri Terintegrasi Analisis Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual (Service Quality) dan IPA (Importance Performance Analysis). 8(2).
- Karmila, I., Apriliana, D., Agustina, M. H., Febrian, R., & Alapiah, T. C. (2025). Analysis of Consumer Satisfaction on Iced Tea Poci Beverage Products in Sumedang. 1–4.
- Kasus, S., Pos, P. T., Kcp, I., & Wetan, C. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode SERVQUAL (Service Quality) Dan IPA (Importance Performance Analysis) Pada Jasa Kirim. 4(4), 1470–1481.
- Kitaibekova, S., Toktassynov, Z., Sarsekova, D., Mohammadi Limaei, S., & Zhilkibayeva, E. (2023). Assessment of Forest Ecosystem Services in Burabay National Park, Kazakhstan: A Case Study. *Sustainability (Switzerland)*, 15(5). <https://doi.org/10.3390/su15054123>
- Laksana, A. I. P., & Hirawati, H. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA LARISSA AESTHETIC CABANG MAGELANG. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 509–522. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.243>
- Mainaki, R., & Elfi, H. N. (2025). Effectiveness of Customer Experience and Customer Value on Customer Loyalty at Cinepolis Batam with Customer Satisfaction as an Intervening Variable. *International Journal of Science, Technology & Management*, 11(1), 54–69. <https://doi.org/10.31289/jab.v11i1.14162>
- Manufacturing, J. I., Pratama, H., Sutaarga, O., Salsabill, B. R., Studi, P., Industri, T., Teknik, F., Tangerang, U. M., & Review, G. (2026). Usulan Perbaikan Kualitas Layanan dengan Metode SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA) di Kafe SG Service Quality Improvement Proposals with SERVQUAL and Importance Performance Analysis (IPA) in SG Cafe. 11(1), 31–42.
- Marafi, G. I., Suprihatin, E., & Hidayah, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA) pada UMKM Gabin Osing di Banyuwangi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2875. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i3.5593>

- Martiana, R. (2019). The Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction in Coffee Shops. *International Journal of Business and Management*, 14(5), 15–22.
- Nasution, A. E., & Sari, W. E. (2024). Peran Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediator Variabel Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jesya*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.36778/jesya.v8i1.1872>
- Netia, & Maya Irjayanti. (2024). Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Aplikasi Tokopedia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8), 359–372. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.4087>
- Nugroho, A. B., & Samanhudi, D. (2020). Analisis kepuasan pelanggan menggunakan metode seroqual dan merancang strategi pemasaran dengan metode swot pada restoran xyz. 01(0), 13–24.
- Nur'avita, Z., & Alamsyah, G. F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Usaha Rakyat (KUR) Pada KCU PT. Bank Mandiri Tbk Sampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 9(2), 102–114. <https://jurnal.stie-sampit.ac.id/index.php/Ojs/article/view/183>
- Nurafipah, N., Lahat, M. A., & Utama, D. C. (2025). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Platform TikTok Shop by Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Administrasi Antartika*, 3(1), 70–78. <https://doi.org/10.70052/juma.v3i1.1048>
- Nurjanah, A., & Sriminarti, N. (2025). Peran Kepuasan Pelanggan Memoderasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Commerce pada Generasi Z di Jabodetabek. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* (E-ISSN 2745-4584), 5(2), 538–564. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i2.6884>
- Pengaruh, A., Finansial, K., Peningkatan, T., Karyawan, K., Manufaktur, I., Indonesia, D., Ningrum, R. F., Arisandi, G. P., & Marina, A. (2025). Journal iof iInnovative iand iCreativity. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(2), 2025.
- Permatasari, S., Yanuar, R., Ardiansyah, M. R., & Hijuzaman, O. (2025). Pengaruh Segmentasi Pasar dan Perilaku Konsumen terhadap Strategi Pemasaran pada Produk Indofood Sukses Makmur, Tbk. *Jurnal ARTI: Aplikasi Rancangan Teknik Industri*, 20(2), 123–130.
- Prihaswara, A., Abubakar, A., & Mahatmayana, I. K. M. (2024). Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Minuman Teh di Kedai Dichaian di Cikarang Utara Kabupaten Bekasi. *Journal of Business Economics and Agribusiness*, 1(3), 14. <https://doi.org/10.47134/jbea.v1i3.367>
- Priya Nur Alfatih, M., & Widyaningsih, T. W. (2024). Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal SISKOM-KB (Sistem Komputer Dan Kecerdasan Buatan)*, 8(1), 52–58. <https://doi.org/10.47970/siskom-kb.v8i1.722>
- Ramdani, A. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pada Cafe Thsub Melalui Pendekatan Service Quality. *Jurnal Mahasiswa Teknik Industri*, 01(01), 70–76.
- Ramli, M. E. C., & Widyastuti, P. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan (Servqual) dan Mutu Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Subway di Provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Transaksi*, 16(02), 1–14. <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/transaksi/article/view/6366/2867>
- Rasa, P. C., Pelayanan, K., Kepuasan, T., Teh, E., & Pinggir, T. (2024). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*.

- 6, 6025–6039. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.2591>
- Rezza, A. M., & Asyraq, G. F. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kinerja Pelayanan Di Pt Pos Bandung Dengan Metode Servqual. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 12(2), 1–6.
- Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). No Title 済無No Title No Title No Title. 2(1), 306–312.
- Rifqisyah, M., Budiman, R., & Prima, F. (2025). USULAN PERBAIKAN LAYANAN DI WISATA KULINER PAL 5 KECAMATAN PONTIANAK BARAT DENGAN METODE SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA). 9(2), 189–195.
- Rully Astri Hildayati, Ridwan, A., & Aman, S. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie G Kabupaten Kudus Menggunakan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA). *ILTEK: Jurnal Teknologi*, 20(01), 61–68. <https://doi.org/10.47398/iltek.v20i01.219>
- Safika, N. R., Pramularso, E. Y., & Hardani. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual di PT Wisata Rezeki Mulia. *Eigis Yani Pramularso*, 3(3), 769–780.
- Sari, A. W., Djan, I., Wartaka, M., Binaniaga, U., Barat, J., & Fishbein, M. M. (2023). *ira_je*,+12.+Ariska+Winda+Sari. 5(3), 481–493.
- Shifarani, M. G., & Munandar, A. (2025). Penerapan Metode Service Quality dan Importance Performance Analysis untuk Evaluasi Peningkatan Kualitas Pelayanan SMK Pekerjaan Umum Negeri Bandung. *Rekayasa Industri Dan Mesin (ReTIMS)*, 6(2), 70–75. <https://doi.org/10.32897/retims.2025.6.2.3812>
- Siregar, I. N. L., Ravenska, N., Fitriani, L., & Tindaon, S. S. (2025). Peran Kualitas Layanan dan Harapan Pelanggan terhadap Kepuasan melalui Nilai yang Dirasakan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 6(4), 1137–1152. <https://doi.org/10.35912/jakman.v6i4.4898>
- Studi, P., Feb, M., Kediri, U. N. P., Ersan, N. Van, Nabela, H. P., Sari, F. M., Johana, M. D., Limantara, A. D., Nusantara, U., Kediri, P., Kh, J., Dahlan, A., Mojoroto, K., & Kediri, K. (2025). LAYANAN PADA RESTO PAWONDJOWO MELALUI PENDEKATAN SERVQUAL (SERVICE QUALITY). 4, 1525–1530.
- Sulistyo, A. B., Rafauzi, I., & Wijaya, H. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Indomart dengan Metode Seroqual dan Importance Performance Analysis (IPA) Analysis Consumer Satisfaction Level of Indomart by Seroqual method and Importance Performance Analysis (IPA). 6(2), 95–106. <https://doi.org/10.35194/jmtsi.v6i2.1938>
- Sumarya, E., & Purbasari, A. (2026). Analisis kepuasan pelanggan menggunakan pendekatan. 4(2), 12–22.
- Sumiarsih, M., Ansori, I., Romdoni, N. K., Kamelia, P., & Rahmatika, A. (2025). Strategi Perbaikan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metoda SERVQUAL dan Model Importance Performance Analysis (IPA) pada Bisnis Kuliner Baso Aci Sambel Garut. 03(04), 851–859.
- Tantalu, L., & Suhindra, R. (2025). SERVICE QUALITY AND CONSUMER SATISFACTION IN A LOCAL AGRI-FOOD CAFÉ : A CASE STUDY OF JAZZ CAFÉ , MALANG REGENCY. 6(1), 1–10.
- Udayana, U., & Badung, K. (2026). STRATEGI PENINGKATAN SERVICE QUALITY MENGGUNAKAN DIMENSI SERVQUAL DAN ANALISIS MENGGUNAKAN DIMENSI SERVQUAL DAN ANALISIS. 4(1).
- Valencia, N. A., & Pratiwi, A. (2025). Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Resto Bebek Menel Klaten. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 6174–6180.

<https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2856>

- Wardhana Aditya. (2024). *Consumer Satisfaction in the Digital Edge - BAB 1 Konsep Kepuasan Konsumen* (Number October).
- Wulandari, D., Suhaety, Y., & Ramadhan, R. A. (2025). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Economic Resource*, 8(2), 1650–1659. <https://doi.org/10.57178/jer.v8i2.1869>
- Wulandari, R., Taufik, A., & Syamsun, A. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kelengkapan Fasilitas Rumah Sakit Terhadap Keputusan Berkunjung Pasien Rawat Jalan. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 5(1), 39–44. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v5i1.518>
- Yefani, P. (2025). Pengukuran kepuasan pengguna terhadap layanan perpustakaan menggunakan metode seroqual dan importance performance analysis (ipa) di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Daerah Provinsi Sumatera Barat Putri Yefani , ² Rini Asmara minat baca dan pembelajaran . 13(1), 61–73.
- Yunitasari, E., Kadarisman, M., & Ibrahim. (2025). Kualitas Pelayanan Kesehatan dan Fasilitas Kesehatan Berpengaruh terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Puskesmas Toboali Kabupaten Bangka Selatan. *Implementasi Husada*, 6(1), 1–46.
- Zahro, F., Riyana, I., & Sulistyowati, E. (2025). Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode SERVQUAL di CV. Budidaya Jamur Sejati. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 8(3), 2338–2346. <https://doi.org/10.31004/jutin.v8i3.45002>
- Zhang, K., Shen, Z., Xu, L., Shu, Y., & Yang, C. (2022). Inverse Modeling of Grout Curtain Hydraulic Conductivity Evolution Considering the Calcium Leaching Effect. *Mathematics*, 10(3), 1–14. <https://doi.org/10.3390/math10030381>

Copyright holder:

© Author

First publication right:

Jurnal Manajemen Pendidikan

This article is licensed under:

CC-BY-SA