

## **Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi XYZ untuk Meningkatkan Kepuasan Mitra dengan Metode Servqual, IPA, dan CSI**

### ***Analysis of XYZ Application Service Quality to Increase Partner Satisfaction with Servqual, IPA, and CSI Methods***

**Jehezkiel Haryanto<sup>1</sup>, Roland Y. H. Silitonga<sup>1\*</sup>, Marla Setiawati<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi Harapan Bangsa, Bandung, Indonesia

\*Penulis korespondensi: Roland Y. H. Silitonga, [roland@ithb.ac.id](mailto:roland@ithb.ac.id)


#### **Abstrak**

*Kualitas kinerja pelayanan penting dalam menghasilkan kepuasan pelanggan, termasuk di dalam usaha B2B. Penelitian ini dilakukan pada platform digital XYZ yang menyediakan rental mobil yang memungkinkan pengguna untuk menyewa mobil atau menyewakan mobilnya (partner) dalam satu akun yang sama. XYZ memanfaatkan B2B sebagai model bisnisnya, dengan tujuan untuk memudahkan pengguna dalam menyewa mobil dan memperluas pasar bagi pemilik usaha rental mobil. XYZ mulai kehilangan mitra aktifnya secara bertahap sebesar 19,15% setiap tahunnya, yang menyebabkan XYZ mengalami penurunan profit. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menerapkan metode Servqual, IPA, dan CSI. Metode Servqual digunakan untuk mendapatkan urutan dan gap antara persepsi dan harapan, IPA digunakan untuk mendapatkan prioritas perbaikan atribut layanan, dan CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang telah ditawarkan. Servqual menunjukkan adanya gap sebesar -0,593 yang berarti XYZ belum mampu memenuhi harapan mitra, sedangkan IPA menunjukkan adanya tujuh atribut layanan yang menjadi prioritas perbaikan dan diurutkan berdasarkan gap terbesar, CSI menunjukkan tingkat kepuasan mitra secara keseluruhan sebesar 73% dan termasuk dalam kategori “cause for concern” atau memprihatinkan. Maka disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan mitra, aplikasi XYZ harus memperbaiki atribut layanan yang menjadi prioritas perbaikan dengan cara memperpanjang waktu operasional, berkomitmen membantu mitra, membuat SOP inspeksi kendaraan, dan menambah fitur live location pada aplikasi. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu melakukan analisis kualitas layanan dari sisi pelanggan.*

*Kata kunci: CSI, IPA, kualitas pelayanan, servqual*

#### **How to Cite:**

Haryanto, J., Silitonga, R.Y.H. and Setiawati, M. (2023) ‘Analisis kualitas pelayanan aplikasi XYZ untuk meningkatkan kepuasan mitra dengan metode Servqual, IPA, dan CSI’, *Journal of Integrated System*, 6(2), pp. 197–209. Available at: <https://doi.org/10.28932/jis.v6i2.6587>.

© 2023 Journal of Integrated System. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. 

### **Abstract**

*The quality-of-service performance is important to generate customer satisfaction, including B2B business. This research was conducted on XYZ digital platform which provides car rentals that allow users to rent or rent their cars (partners) in the same account. XYZ utilizes B2B as its business model, with the intention to facilitate users renting cars and expand the market for car rental business owners. XYZ is starting to gradually lose its active partners by 19.15% annually, causing XYZ to experience a decrease in profit. This research aims to analyze service performance to increase customer satisfaction by applying Servqual, IPA, and CSI methods. Servqual is used to obtain order and gaps between perception and expectation, IPA is used to obtain service attributes as a priority for improvement, and CSI is used to acknowledge the degree of customer satisfaction towards the quality of services that have been offered. Servqual shows there is a gap as big as -0.593 as a result that XYZ has not been able to fulfill partner's expectations, while IPA shows there are seven services attributes to be sorted based on the largest gap, CSI shows the overall partner satisfaction level amounted as much as 73% and is included in category "cause for concern". To increase partner satisfaction, XYZ application must improve service attributes, which are priorities for improvement by extending operational time, committing to help partners, creating vehicle inspection SOPs, and adding a live location feature to the application. Further research needs to analyze service quality from the customer side.*

*Keywords: CSI, IPA, Partner Satisfaction, Service Quality, Servqual*

## **1. Pendahuluan**

Bandung adalah Ibu kota dari Provinsi Jawa Barat dan merupakan salah satu dari banyak kota wisata di Indonesia bahkan berada di urutan ketiga sebagai kota yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan dibawah Bali dan Yogyakarta. Salah satu faktor penyebab banyaknya wisatawan yang datang ke Bandung adalah karena banyaknya objek wisata di Bandung. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Provinsi Jawa Barat mencatat terdapat setidaknya 496 jenis objek wisata yang ditawarkan provinsi ini baik berupa wisata alam, wisata budaya, juga wisata minat khusus (Sukriah, 2014).

Jarak yang ditempuh, biaya masuk, biaya perjalanan, dan tingkat usia merupakan empat faktor yang mempengaruhi keputusan kunjungan wisatawan (Lakuhati, Pangemanan and Pakasi, 2018). Terdapat lima kriteria preferensi moda transportasi wisatawan dalam berwisata yaitu biaya, akses, waktu, kenyamanan dan keamanan. Persentase terbesar yang menjadi faktor penentu kunjungan wisatawan adalah kenyamanan dan keamanan yang dapat diperoleh dengan menggunakan kendaraan pribadi dibandingkan dengan kendaraan umum (Aisah dan Suseno, 2021). Dalam hal ini tidak semua wisatawan mampu untuk memiliki kendaraan pribadi, sehingga muncul kesempatan bagi perusahaan rental mobil di Bandung untuk mengembangkan usahanya.

Sejumlah rental mobil yang ada tidak mendapatkan ulasan yang baik dari pengguna, bahkan masih banyak pengguna yang memberikan ulasan buruk yaitu dengan rating satu dari lima dikarenakan masih rendahnya kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan rental mobil. Untuk itu setiap perusahaan rental mobil yang hendak memperoleh penilaian baik perlu meningkatkan jasa layanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Perkembangan zaman saat ini memungkinkan perkembangan berbagai platform digital yang bergerak dalam bidang penyewaan kendaraan. Melihat peluang dan kesempatan tersebut, aplikasi XYZ hadir pada tahun 2020 sebagai salah satu platform digital berbasis aplikasi penyewaan kendaraan, yang menjalankan bisnisnya dengan cara bermitra dengan rental mobil ataupun perorangan yang ingin menyewakan kendaraannya.

Biaya operasional aplikasi XYZ didapatkan dari kerjasama antar mitra, sehingga semakin banyak mitra yang menerima order maka profit yang dihasilkan aplikasi XYZ juga akan bertambah. Saat ini terjadi

penurunan jumlah mitra aktif sehingga terjadi penurunan profit yang didapatkan aplikasi XYZ. Penurunan ini diduga disebabkan oleh kurang puasnya mitra aplikasi XYZ terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Bila merujuk pada data jumlah mitra aplikasi XYZ yang diperoleh dari pihak managerial terdapat penurunan persentase rata-rata jumlah mitra aktif berbanding mitra terdaftar sebesar 19.15% pada tahun 2020-2022. Penelitian ini berfokus pada bagaimana penilaian mitra terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh aplikasi XYZ tanpa mengangkat isu pandemi yang ada yaitu COVID-19.

Beberapa penelitian telah dilakukan terkait mutu pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian (Fadillah, Hadining dan Sari, 2020) melakukan analisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *service quality* (Servqual), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada sebuah laundry. Penelitian (Rahmi, Wulandari dan Marcelino, 2020) mengukur kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode Servqual dan IPA pada sebuah perusahaan distribusi, sedangkan penelitian (Afiffuddin dan Widyaningrum, 2022) menggunakan metode Servqual dan CSI pada industri kuliner rumahan. Metode Servqual pada penelitian-penelitian sebelumnya digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan pada perusahaan dengan model *Business to Customer* (B2C), sedangkan pada penelitian ini metode Servqual, IPA dan CSI digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan pada perusahaan dengan model *Business to Business* (B2B) pada platform berbasis aplikasi penyewaan kendaraan.

Metode Servqual melakukan analisis kesenjangan antara persepsi dan harapan dengan cara mencari rata-rata dari setiap atribut dan dihitung gapnya dengan cara mengurangkan hasil rata-rata persepsi dan rata-rata harapannya. Rata-rata persepsi dan ekspektasi yang telah didapatkan pada metode Servqual akan diolah lebih lanjut sebagai input pada metode IPA untuk kemudian data tersebut diplot ke dalam matriks kuadran IPA. Kemudian nilai rata-rata dari persepsi dan harapan yang sudah diperoleh akan diolah pada metode CSI untuk menganalisis tingkat kepuasan mitra baik secara keseluruhan. Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk menerapkan metode Servqual, IPA dan CSI pada suatu usaha *Business to Business* (B2B) sebagai model bisnisnya dengan melakukan analisis kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan mitra aplikasi XYZ.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Konsep Jasa

Jasa merupakan suatu manfaat yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada pihak lain yang memiliki sifat tidak berwujud dan tidak memberikan transfer kepemilikan (Suhada dan Putra, 2016). Dalam hal ini terdapat empat ciri utama jasa yaitu (Wiyono, 2020):

1. Tak Berwujud (*intangible*), sehingga pelanggan tidak dapat menggunakan indra untuk merasakan.
2. Tidak terpisahkan (*inseparability*), yaitu jasa tidak bisa dipisahkan dari sumbernya yang merupakan perusahaan penyedia jasa.
3. Bervariasi (*variability*), jasa seringkali dapat berubah-ubah menyesuaikan dengan situasi dan kondisi saat jasa tersebut diberikan.
4. Tidak dapat disimpan (*perishability*) sehingga tidak memungkinkan untuk menjual jasa pada masa yang akan datang.

### 2.2 Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang dapat diberikan mampu menyesuaikan dengan ekspektasi konsumen (Tjiptono, 2017). Dapat dikatakan bahwa terdapat ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dinyatakan sudah baik dan memuaskan (Nuraeni, 2021). Menurut Parasuraman dkk yang dikutip pada (Tjiptono, 2017), terdapat lima dimensi kualitas pelayanan jasa, yang merupakan dimensi yang banyak digunakan untuk menilai kualitas pelayanan yang digunakan untuk menganalisis gap antara persepsi dan harapan dari pelayanan yang ditawarkan. Lima dimensi kualitas pelayanan tersebut, yaitu:

1. Reliabilitas (*reliability*), dimensi yang berhubungan dengan bagaimana kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang ditawarkan dengan tepat pada awalnya.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), dimensi yang berkaitan dengan kemampuan dan kesediaan penyedia layanan dalam membantu konsumen dan memberikan respon terhadap permintaan sesegera mungkin.
3. Jaminan (*assurance*), dimensi yang berhubungan dengan kesopanan, pengetahuan, dan kemampuan karyawan dalam memberikan keyakinan (*confidence*) dan kepercayaan (*trust*) konsumen.
4. Empati (*empathy*), dimensi yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan memperhatikan permasalahan yang dialami konsumennya dan bertindak bagi kepentingan konsumen, memberikan perhatian kepada para konsumen serta ketersediaan waktu pelayanan.
5. Bukti-bukti fisik (*tangibles*), dimensi ketersediaan perlengkapan, tampilan fisik fasilitas pelayanan, materi komunikasi serta sumber daya manusia.

### 2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang muncul setelah membandingkan ekspektasi dan persepsi mereka atas hasil suatu produk atau jasa, yaitu perbedaan antara kinerja (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*) yang mereka rasakan (Zikri dan Harahap, 2022).

### 2.4 Metode Servqual

Servqual (*service quality*) merupakan alat ukur kualitas pelayanan, dengan cara melakukan pengukuran terhadap persepsi pelanggan serta ekspektasi pelanggan (Penilasari dan Nugraha, 2021). Untuk mengetahui hasil Servqual, urutan langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Penentuan nilai persepsi (nilai kinerja) dari setiap variabel ( $X_i$ ) dan skor nilai harapan dari setiap variabel ( $Y_i$ ).
2. Perhitungan rata-rata ( $\bar{X}$ ) dan ( $\bar{Y}$ ) dengan menjumlahkan nilai harapan ( $Y$ ) dan persepsi ( $X$ ) dari tiap variabel seluruh responden.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \quad (1)$$

dan

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (2)$$

Keterangan:

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

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

n = Jumlah responden

3. Penentuan nilai *gap* antara persepsi dan harapan berdasarkan persamaan  $NS_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i$  (3)

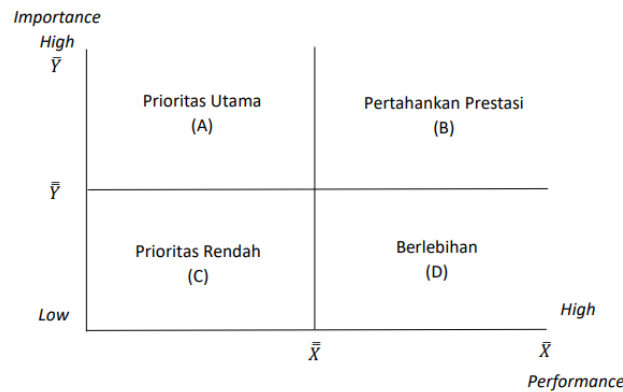
Keterangan:

$NS_i$  = Nilai Servqual (*gap*) variable ke-i

### 2.5 Metode IPA

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) mengukur posisi persepsi konsumen dan prioritas perbaikan kualitas produk atau jasa dalam bentuk *quadrant analysis* (Syahputra, Ramadhanu dan Putra, 2020). Gambar 1 menunjukkan empat kuadran analisis, yaitu:

1. Kuadran A adalah prioritas utama (*concentrate these*), merupakan kuadran yang harus ditingkatkan.
2. Kuadran B adalah pertahankan prestasi (*keep up the good work*), atribut pelayanan yang masuk dalam kuadran ini harus dipertahankan.
3. Kuadran C adalah prioritas rendah (*low priority*), manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil maka perbaikan pada atribut-atribut dalam kuadran ini tidak wajib.
4. Kuadran D adalah berlebihan (*possible overkill*), atribut yang memuaskan tapi tidak penting.



Gambar 1. Diagram kartesius (Purnomo dan Riandadari, 2015)

### 2.6 Metode Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan mengacu pada tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dari setiap atribut produk atau jasa yang diukur (Amri, Subagio dan Kusnadi, 2020). Penentuan CSI adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Mean Importance Score (MIS)

$$MIS = \frac{\sum Y_i}{n} \tag{4}$$

2. Menentukan Mean Satisfaction Score (MSS)

$$MSS = \frac{\sum X_i}{n} \tag{5}$$

3. Menghitung Weight Factors (WF)

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum MIS_i} \times 100\% \tag{6}$$

4. Menghitung Weight Score (WS)

$$WS = WFi \times MSS \tag{7}$$

5. Menghitung Customer Satisfaction Index (CSI)

$$WS = \frac{\sum WSI}{HS} \times 100\% \tag{8}$$

Keterangan:

- n = Jumlah responden
- Y<sub>i</sub> = Nilai kepentingan atribut Y ke-i
- X<sub>i</sub> = Nilai kepuasan atribut X ke-i
- MIS<sub>i</sub> = Nilai rata-rata kepentingan ke-i
- ∑MIS<sub>i</sub> = Total rata-rata kepentingan dari i ke p
- WFi = Faktor tertimbang ke-z
- ∑WSI = Total rata-rata kepentingan dari i ke p
- HS = Skala maksimum yang digunakan atau Highest Scale

Interpretasi customer satisfaction index dapat dilihat pada tabel berikut:

Angka Indeks	Kriteria
$X \leq 64\%$	Very Poor
$64\% < X \leq 71\%$	Poor
$71\% < X \leq 77\%$	Cause For Concern
$77\% < X \leq 80\%$	Borderline
$80\% < X \leq 84\%$	Good
$84\% < X \leq 87\%$	Very Good
$87\% < X$	Excellent

## 2.7 Pengukuran

Pengukuran dilakukan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tertutup menggunakan skala *likert* untuk mengukur persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial (Aulia dan Yulianti, 2019).

## 2.8 Uji Kecukupan Sampel

Menghitung sampel pada sebuah populasi dapat menggunakan rumus Slovin (Fadillah, Hadining dan Sari, 2020). Pada penelitian ini menggunakan nilai kritis (*margin of error*) sebesar 10%. Berikut adalah persamaan dalam menghitung sampel menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (9)$$

Keterangan:

- $n$  = ukuran sampel
- $N$  = jumlah populasi
- $e$  = *margin of error* (10%)

## 2.9 Uji Validitas

Uji validitas mengukur ketepatan dalam mengukur objek penelitian (Agustian, Saputro dan Imanda, 2019), di mana nilai korelasi *pearson product moment* merupakan salah satu indikatornya:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (10)$$

Keterangan:

- $r$  = Koefisien korelasi *pearson*
- $X$  = Kinerja layanan
- $Y$  = Kepuasan Pelanggan
- $n$  = Ukuran sampel atau banyak data di dalam sampel

## 2.10 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menentukan apakah alat ukur yang dibuat dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan secara konsisten untuk memberikan hasil yang tidak bervariasi (Agustian, Saputro dan Imanda, 2019). Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0.60. Metode *Cronbach's Alpha* dapat dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2}\right) \quad (11)$$

Keterangan:

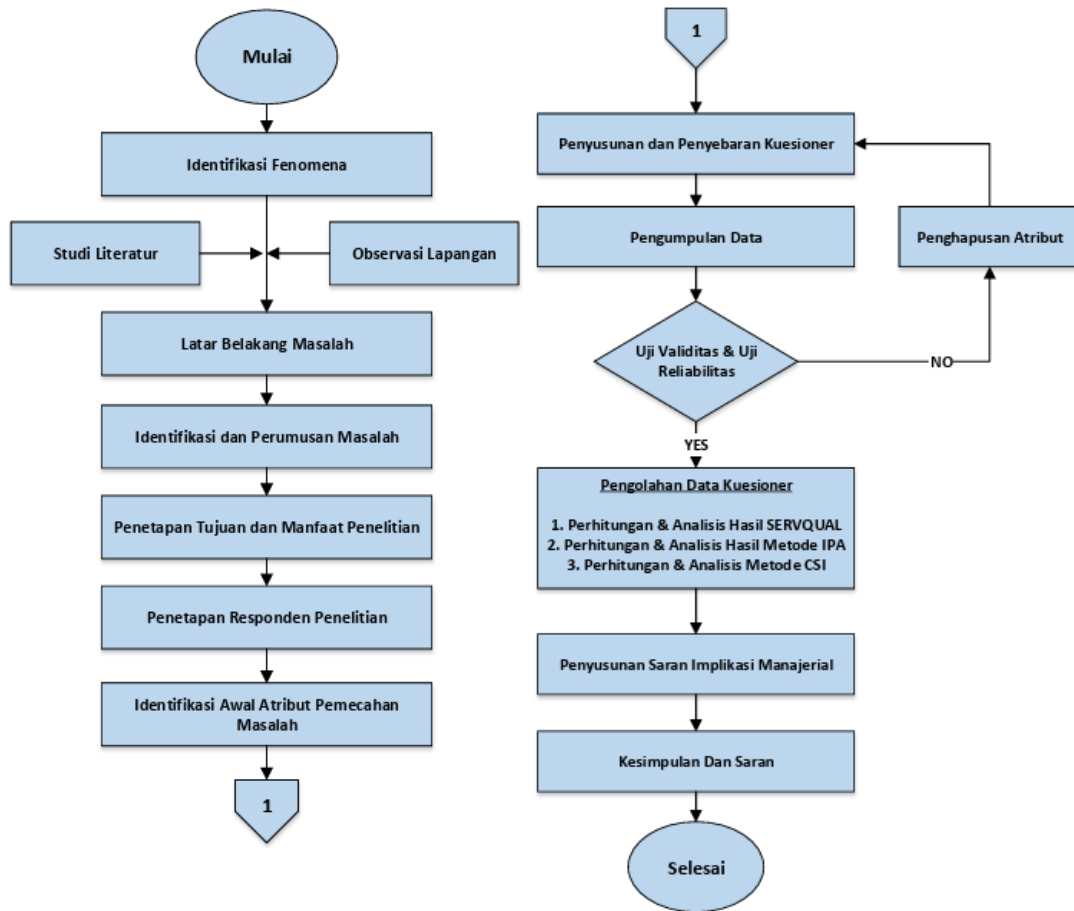
- $r_i$  = Reliabilitas atribut
- $k$  = Banyaknya butir pernyataan
- $\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varians
- $\sigma_t^2$  = Varians total

Rentang nilai *Cronbach's Alpha* adalah  $\alpha < 0.50$  reliabilitas rendah,  $0.50 < \alpha < 0.70$  reliabilitas moderat,  $\alpha > 0.70$  maka reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*),  $\alpha > 0.80$  maka reliabilitas kuat,  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas sempurna (Slamet dan Wahyuningsih, 2022). Semakin kecil nilai  $\alpha$  menunjukkan semakin banyak item yang tidak reliabel.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Metodologi Penelitian

Penelitian dilakukan pada aplikasi XYZ Bandung. Adapun langkah-langkah penelitian yang digunakan dapat dilihat pada Gambar 2 sebagai berikut.



Gambar 2. Diagram alir metode penelitian

### 3.2 Uji Kecukupan Sampel

Uji kecukupan sampel ini digunakan untuk mengetahui apakah sampel atau responden pada penelitian ini dapat menggambarkan populasi yang ada atau tidak. Berikut ini hasil perhitungan uji kecukupan sampel.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{38}{1 + 38(0.1)^2}$$

$$n = 27.54 \approx 28$$

Hasil perhitungan uji kecukupan sampel diperoleh minimum 28 responden dari total populasi 38 mitra. Pada penelitian ini total responden yang menjawab kuesioner adalah 33 orang maka dapat dinyatakan jumlah responden memenuhi kebutuhan minimal sampel.

### 3.3 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mitra aplikasi XYZ di kota Bandung yang pernah menggunakan fitur *delivery*. Tahapan yang dilakukan untuk menyebarkan kuesioner yaitu diawali dengan menghubungi seluruh mitra pengguna fitur *delivery* secara online, kemudian diberikan kuesioner berupa *google form* untuk diisi. Dari total 38 mitra yang menjadi populasi penelitian, terdapat 33 mitra yang mengisi kuesioner dan diperoleh hasil karakteristik responden berdasarkan tipe mitra dan tahun bergabung serta skala tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan masing-masing responden terhadap 18 atribut layanan. Tabel 2 menunjukkan hasil penelitian karakteristik responden pada tipe mitra dan tahun bergabung.

Tabel 2 menunjukkan bahwa dari total 33 responden terbagi menjadi dua kelompok responden yaitu rental mobil sebanyak 60.6% dan perorangan 39.4% berdasarkan karakteristik tipe mitra. Sedangkan untuk tahun bergabung, 41.4% responden bergabung pada tahun 2021, 30.3% mitra bergabung pada tahun 2022 dan 27.3% mitra bergabung pada tahun 2020. Tabel 3 merupakan pertanyaan atribut pelayanan pada kuesioner yang disebarakan kepada 33 responden untuk dilakukan pengolahan data.

Tabel 2. Karakteristik responden

Tahun	Tipe Mitra	
	Rental mobil	Perorangan
2020	6	3
2021	9	5
2022	5	5

Tabel 3. Penyusunan Atribut Pelayanan

Dimensi Pelayanan	Pernyataan Atribut Pelayanan	Kode Atribut
Reliabilitas (Reliability)	Kesopanan tim XYZ Bandung dalam memberikan pelayanan	R1
	Tim XYZ Bandung memberikan informasi yang akurat kepada mitra	R2
	Ketepatan waktu pengambilan dan pengantaran kendaraan oleh tim XYZ Bandung kepada pelanggan	R3
	Waktu operasional Tim XYZ Bandung sesuai dengan kebutuhan mitra.	R4
Daya Tanggap (Responsiveness)	Tim XYZ Bandung cepat tanggap dalam memberikan pelayanan	RS1
	Kesediaan tim XYZ Bandung untuk membantu mitra	RS2
	Aplikasi XYZ dapat dengan mudah dimengerti oleh mitra	RS3
	Kecepatan waktu pelayanan tim XYZ Bandung terhadap mitra	RS4
Jaminan (Assurance)	Ketersediaan tutorial pendaftaran menjadi mitra aplikasi XYZ	A1
	Kepercayaan terhadap tim XYZ Bandung	A2
	Keamanan data mitra pada aplikasi XYZ	A3
Empati (Empathy)	Respon Tim XYZ Bandung dalam menerima kritik dan saran	E1
	Follow up yang dilakukan tim XYZ Bandung terkait kendala yang dialami oleh mitra	E2
	Tim XYZ Bandung adil dalam melayani mitra	E3
	Kemudahan berkomunikasi dengan pihak tim XYZ Bandung	E4
Bukti Fisik (Tangibles)	Tim XYZ Bandung dalam berpakaian sopan	T1
	Tersedia fitur kritik dan saran pada aplikasi	T2
	Tim XYZ Bandung bersikap ramah terhadap mitra	T3

### 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengerjaan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan *software IBM SPSS Statistics v25*. Tabel 4 menunjukkan bahwa keseluruhan 18 pernyataan atribut layanan yang disebarakan kepada seluruh responden mendapatkan hasil yang sudah valid dikarenakan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0.344). Tabel 5 dan Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha  $>$  0,6 dengan nilai  $>$  0.9 sehingga persepsi dan ekspektasi dapat dinyatakan sudah reliabel dan termasuk pada kategori reliabilitas sempurna. Pertanyaan pada kuesioner dapat digunakan secara konsisten dan berulang kali. Setelah dinyatakan valid dan reliabel maka penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Tabel 4. Uji validitas ekspektasi dan persepsi mitra aplikasi XYZ

Kode Atribut	r Hitung Ekspektasi	r Hitung Persepsi	r Tabel	Keterangan	Kesimpulan
R1	0.714	0.879	0.344	$r$ hitung $\geq$ $r$ tabel	Valid
R2	0.858	0.921	0.344	$r$ hitung $\geq$ $r$ tabel	Valid
R3	0.694	0.830	0.344	$r$ hitung $\geq$ $r$ tabel	Valid
R4	0.590	0.857	0.344	$r$ hitung $\geq$ $r$ tabel	Valid
RS1	0.881	0.880	0.344	$r$ hitung $\geq$ $r$ tabel	Valid
RS2	0.498	0.936	0.344	$r$ hitung $\geq$ $r$ tabel	Valid



Tabel 4. Uji validitas ekspektasi dan persepsi mitra aplikasi XYZ (lanjutan)

Kode Atribut	r Hitung Ekspektasi	r Hitung Persepsi	r Tabel	Keterangan	Kesimpulan
RS3	0.889	0.649	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
RS4	0.890	0.953	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
A1	0.527	0.571	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
A2	0.595	0.982	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
A3	0.836	0.799	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
E1	0.732	0.900	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
E2	0.855	0.953	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
E3	0.865	0.934	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
E4	0.849	0.635	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
T1	0.555	0.578	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
T2	0.781	0.872	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid
T3	0.570	0.951	0.344	$r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$	Valid

Tabel 5. Uji Reliabilitas Ekspektasi Mitra Aplikasi XYZ

	Nilai Cronbach's Alpha Variabel	N of Items	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan	Kesimpulan
Ekspektasi	0.946	18	0.60	Nilai Cronbach's Alpha Variabel $\geq$ Nilai Cronbach's Alpha	Reliabel

Tabel 6. Uji reliabilitas persepsi mitra aplikasi XYZ

	Nilai Cronbach's Alpha Variabel	N of Items	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan	Kesimpulan
Persepsi	0.977	18	0.60	Nilai Cronbach's Alpha Variabel $\geq$ Nilai Cronbach's Alpha	Reliabel

### 3.5 Analisis Service Quality

Hasil pengolahan data menggunakan metode Servqual pada Tabel 7 diperoleh bahwa nilai rata-rata *gap* antara persepsi dan ekspektasi bernilai -0.593 ( $gap < 0$ ) yang berarti bahwa pelayanan yang diberikan oleh aplikasi XYZ di Bandung masih kurang baik karena belum berhasil memberikan pelayanan sesuai atau lebih tinggi dari yang diharapkan oleh para mitra. Pada Tabel 7 juga diperoleh informasi mengenai *gap* terbesar sampai terkecil namun informasi tersebut perlu diperkuat dengan metode IPA untuk memperoleh prioritas perbaikan.

Tabel 7. Pengolahan Servqual

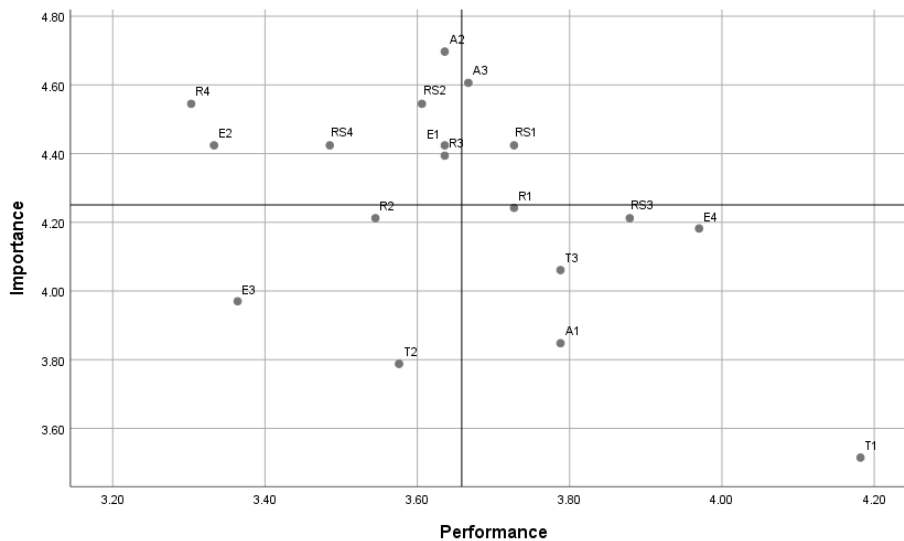
Atribut Layanan	Xi	Yi	Gap	Urutan
R1	3.727	4.242	-0.515	12
R2	3.545	4.212	-0.667	10
R3	3.636	4.394	-0.758	8
R4	3.303	4.545	-1.242	1
RS1	3.727	4.424	-0.697	9
RS2	3.606	4.545	-0.939	4
RS3	3.879	4.212	-0.333	13
RS4	3.485	4.424	-0.939	6
A1	3.788	3.848	-0.061	17
A2	3.636	4.697	-1.061	3
A3	3.667	4.606	-0.939	5
E1	3.636	4.424	-0.788	7
E2	3.333	4.424	-1.091	2

Tabel 7. Pengolahan Servqual (lanjutan)

Atribut Layanan	Xi	Yi	Gap	Urutan
E3	3.364	3.970	-0.606	11
E4	3.970	4.212	-0.242	14
T1	4.182	3.545	0.636	18
T2	3.576	3.758	-0.182	16
T3	3.788	4.030	-0.242	15
Nilai rata-rata gap			-0.593	

### 3.6 Analisis Importance Performance Analysis

Analisis IPA dilakukan dengan cara memasukkan nilai rata-rata persepsi dan harapan menggunakan *software* SPSS. Pemaparan grafik ada pada Gambar 3. Berdasarkan hasil gambar kuadran analisis, sebanyak 18 atribut layanan telah tersebar kedalam 4 kuadran. Kuadran A merupakan atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan, kuadran B merupakan atribut pelayanan yang perlu dipertahankan kualitasnya, kuadran C merupakan atribut pelayanan yang memiliki prioritas rendah sedangkan kuadran D merupakan atribut pelayanan yang memuaskan namun tidak penting. Pemaparan Gambar 3 diperoleh bahwa terdapat tujuh atribut yang masuk sebagai prioritas utama untuk diperbaiki yaitu atribut R3, R4, RS2, RS4, A2, E1, dan E2. Ketujuh atribut layanan yang menjadi prioritas perbaikan diurutkan kembali berdasarkan *gap* terbesar pada metode Servqual sehingga urutan perbaikannya menjadi R4, E2, A2, RS2, RS4, E1, dan R3. Sebagai upaya perbaikan, pihak manajerial dapat menyusun strategi yang efektif dan efisien. Untuk atribut R4 diakomodasi dengan cara memperpanjang waktu operasional. Untuk Atribut E2, RS2, RS4 dan A2 diakomodasi dengan prosedur dan komitmen terkait usaha bantuan mitra. Pengembangan SOP Inspeksi Kendaraan dilakukan secara khusus untuk Atribut RS4. Selain itu penambahan fitur *live location* pada aplikasi dilakukan untuk Atribut A2. Dengan demikian, keempat strategi tersebut diharapkan mampu menjawab seluruh ketujuh permasalahan yang ada.



Gambar 3. Kuadran analisis IPA mitra aplikasi XYZ

### 3.7 Analisis Customer Satisfaction Index

Hasil perhitungan CSI didapatkan nilai 73%, berarti hasil tersebut dinyatakan masuk pada kategori *cause for concern* atau memprihatinkan pada pelayanan XYZ Bandung. Tingkat kepuasan termasuk dalam kategori *cause for concern* merujuk pada Tabel 1. Apabila XYZ Bandung ingin mencapai tingkat kepuasan pada kategori yang lebih tinggi, maka diperlukan adanya peningkatan kualitas layanan terutama pada kuadran A dalam kuadran analisis IPA.

Tabel 8. Pengolahan *Customer Satisfaction Index*

Kode	MIS	MSS	WF	WS
R1	4.242	3.272	0.055	0.207
R2	4.212	3.545	0.055	0.195
R3	4.394	3.636	0.057	0.209
R4	4.545	3.303	0.059	0.196
RS1	4.424	3.727	0.058	0.216
RS2	4.545	3.606	0.059	0.214
RS3	4.212	3.879	0.055	0.214
RS4	4.424	3.485	0.058	0.202
A1	3.848	3.788	0.050	0.191
A2	4.697	3.636	0.061	0.223
A3	4.606	3.667	0.060	0.221
E1	4.424	3.636	0.058	0.210
E2	4.424	3.333	0.058	0.193
E3	3.970	3.364	0.052	0.175
E4	4.212	3.970	0.055	0.219
T1	3.545	4.182	0.046	0.194
T2	3.758	3.576	0.049	0.176
T3	4.030	3.788	0.053	0.200
Total	76.515		WT	3.651
			CSI	0.730
				73%
			Kategori	<i>Cause For Concern</i>

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dinyatakan bahwa penggunaan metode Servqual, IPA, dan CSI berhasil diterapkan untuk menganalisis kualitas layanan pada usaha *business to business* (B2B). Hasil analisis pada lima dimensi kualitas layanan dengan menggunakan metode Servqual, hasil rata-rata keseluruhan kesenjangan atau *gap* antara persepsi dan ekspektasi mitra aplikasi XYZ yang diperoleh adalah -0.593 ( $gap < 0$ ). Prioritas perbaikan atribut pelayanan pada kuadran A dengan menggunakan metode IPA dan diurutkan berdasarkan *gap* terbesar diperoleh R4, E2, A2, RS2, RS4, E1, dan R3. Kriteria kepuasan mitra dengan menggunakan perhitungan CSI diperoleh nilai 73% dan masuk pada kategori *cause for concern* atau memprihatinkan. Sebagai upaya memperoleh tingkat kepuasan mitra yang lebih baik, XYZ Bandung harus meningkatkan atribut layanan yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan dengan cara memperpanjang waktu operasional, berkomitmen membantu mitra, membuat SOP inspeksi kendaraan, dan menambah fitur *live location* pada aplikasi, sehingga dapat memperkecil kemungkinan *gap* antara persepsi dan harapan mitra. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan memperhatikan berbagai atribut yang khas pada model bisnis B2B dan membandingkannya dengan kualitas layanan terhadap pelanggan aplikasi XYZ, sehingga terdapat kesinambungan analisis pada keseluruhan sistem.

#### Daftar Pustaka

- Afiffuddin, M. and Widyaningrum, D. (2022) ‘Analisis kepuasan pelanggan menggunakan metode Servqual dan CSI pada UD. Arshaindo’, *Sigma Teknika*, 5(2), pp. 275–284.
- Agustian, I., Saputro, H.E. and Imanda, A. (2019) ‘Pengaruh sistem informasi manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan Di PT. Jasaraharja Putra cabang Bengkulu’, *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 6(1), pp. 42–60.
- Aisah, N. and Suseno, D.A. (2021) ‘Analisis pemilihan moda transportasi dalam kunjungan wisatawan’, *Indonesian Journal of Development Economics*, 4(1), pp. 1108–1127.

Amri, H.R., Subagio, R.T. and Kusnadi (2020) 'Penerapan metode CSI untuk pengukuran tingkat kepuasan layanan manajemen', *Jurnal Sistem Cerdas*, 3(2), pp. 241–252.

Aulia, A.R. and Yulianti, A.L. (2019) 'Pengaruh *city branding* "A Land of Harmony" terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung ke Puncak, Kabupaten Bogor', *Jurnal Ilmiah MEA*, 3(3), pp. 67–75.

Fadillah, H., Hadining, A.F. and Sari, R.P. (2020) 'Analisis kepuasan pelanggan ABC Laundry dengan menggunakan metode *Service Quality, Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI)', *Jurnal Teknik Industri*, 15(1), pp. 1–10.

Iqbal, R. (2021) 'Penerapan *Customer Satisfaction Index* dan Analisis *Gap* pada jasa *Wedding Monang Entertainment*', *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(3), pp. 102–108.

Lakuhati, J.R., Pangemanan, P.A. and Pakasi, C.B.D. (2018) 'Faktor-faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke kawasan ekowisata di Desabahoi Kecamatan Likupang Barat Kabupaten Minahasa Utara', *Agri-SosioEkonomi Unsrat*, 14(1), pp. 195–202.

Nuraeni (2021) 'Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi online Grab', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), pp. 94–100.

Penilasari, Y. and Nugraha, J. (2021) 'Penggunaan *Servqual* dalam kualitas pelayanan bidang administrasi di kecamatan Gayungan Surabaya', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15(2), pp. 207–220.

Purnomo, W. and Riandadari, D. (2015) 'Analisa kepuasan pelanggan terhadap bengkel dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) di PT. Arina Parama Jaya Gresik', *Jurnal Teknik Mesin*, 3(3), pp. 54–63.

Rahmi, A., Wulandari, A. and Marcelino, D. (2020) 'Analisis IPA dalam mengukur kepuasan pelanggan PT. Medion Ardhika Bhakti berdasarkan dimensi *Servqual*', *Jurnal Administrasi Professional*, 1(2), pp. 27–34.

Slamet, R. and Wahyuningsih, S. (2022) 'Validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kepuasan kerja', *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 17(2), pp. 51–58.

Suhada and Putra, A.E. (2016) 'Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Nur Ihsan Palembang', *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(2), pp. 100–114.

Sukriah, E. (2014) 'Pariwisata sebagai sektor unggulan Kota Bandung', *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 11(1), pp. 65–74.

Syahputra, H., Ramadhanu, A. and Putra, R.B. (2020) 'Penerapan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengukur kualitas sistem informasi ulangan harian', *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(4), pp. 334–340.

Tjiptono, F. (2017) *Service management mewujudkan layanan prima*. 1st edn. Edited by D. Prabantini. Yogyakarta: Andi.

Wiyono, B. (2020) 'Produk-produk jasa pendidikan', *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), pp. 35–45.

Zikri, A. and Harahap, M.I. (2022) 'Analisis kualitas pelayanan pengiriman barang terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), pp. 923–926.