

PENERAPAN METODE SERVQUAL DALAM ANALISIS POLA KEPUASAN PELANGGAN PADA KUALITAS PELAYANAN BANK X

¹Muryan Awaludin, ²Alcianno G. Gani, ³Yulisa Gardenia

¹muryanawaludin1@gmail.com, ²localghost2000@gmail.com, ³yulisagardenia@gmail.com

^{1,2}Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pola kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan Bank X. Metode ServQual adalah alat ukur yang digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan tentang kualitas layanan. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 57 nasabah Bank X. Data dianalisis menggunakan analisis gap ServQual dan analisis kinerja penting (IPA). Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan Bank X belum sepenuhnya memenuhi harapan klien. Kemampuan karyawan untuk memberikan layanan dengan cepat dan tepat serta ketersediaan fasilitas fisik yang memadai adalah beberapa aspek layanan yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan, menurut analisis IPA. Penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen Bank X harus melakukan peningkatan kualitas layanan sesuai dengan aspek yang paling penting untuk perbaikan agar klien lebih puas.

Kata Kunci : ServQual, analisa, pelayanan, kualitas

1. Pendahuluan

Industri perbankan adalah bagian penting dari ekonomi suatu negara dan memainkan peran penting dalam menyediakan layanan keuangan kepada masyarakat, baik individu maupun organisasi (Komara & Utami, 2024). Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam persaingan yang semakin ketat yang dapat memengaruhi keberhasilan suatu bank dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah kliennya (Fadlilah, Sugito, & Rahmawati, 2017). Kualitas pelayanan yang baik dapat membuat pelanggan puas, yang sangat penting karena dapat mendorong pelanggan untuk tetap setia dan merekomendasikan bank tersebut kepada orang lain (Yulianty & Yaputra, 2019). Di sisi lain, ketidakpuasan pelanggan dapat menyebabkan pelanggan beralih ke bank lain, yang dapat mengurangi jumlah pelanggan dan pendapatan bank. Bank X adalah salah satu bank yang harus memperhatikan kualitas pelayanannya (Vidyandari, Hutagaol, & Affandi, 2021). Sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, Bank X

harus terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggannya. Untuk mencapai hal ini, perlu dilakukan analisis terhadap pola kepuasan pelanggan Bank X terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

ServQual (Service Quality), yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1988, adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk menilai kualitas pelayanan (Jonkisz, Karniej, & Krasowska, 2022). ServQual adalah alat ukur yang digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan, atau gap, antara persepsi dan harapan pelanggan tentang kualitas layanan (Hoque, Akhter, Absar, Khandaker, & Al-Mamun, 2023).

Metode ServQual menemukan lima dimensi kualitas pelayanan utama, yaitu:

1. Tangibles (bukti tangible): fisik fasilitas, peralatan, personel, dan materi komunikasi.
2. Reliabilitas, atau keandalan, didefinisikan sebagai kemampuan untuk menye-

diakan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal.

3. Responsiveness (daya tanggap): Keinginan untuk membantu klien dan menyediakan layanan dengan cepat.
4. Assurance (jaminan): pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan untuk mendorong kepercayaan dan keyakinan.
5. Empati, atau empati, adalah perhatian dan perhatian khusus yang diberikan kepada pelanggan.

Analisis gap ServQual menunjukkan sejauh mana kualitas pelayanan suatu organisasi telah memenuhi harapan pelanggan dan menunjukkan fitur kualitas mana yang perlu diperbaiki (Rahman, Qi, Mohammad Saif, Ibrahim, & Sultana, 2017). Studi sebelumnya telah menggunakan metode ServQual untuk menilai kualitas pelayanan di berbagai industri, termasuk industri perbankan (Putri, Fauzi, Saputra, Danaya, & Puspitasari, 2023). Hasilnya menunjukkan bahwa metode ServQual efektif dalam menemukan perbedaan antara persepsi dan harapan pelanggan dan membantu organisasi membuat rencana untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Terdapat lima kesenjangan utama yang dapat menyebabkan kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan tidak sesuai dengan harapan mereka, menurut penelitian yang dilakukan oleh Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (Mujinga, 2019). Kesenjangan-kesenjangan tersebut terkait dengan pemahaman manajemen terhadap harapan pelanggan, spesifikasi kualitas layanan, penyampaian layanan, komunikasi eksternal, dan persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan. Menurut penelitian tambahan yang dilakukan oleh Ismail et al. (2009) pada industri perbankan Malaysia, responsifitas dan empati adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa bank perlu meningkatkan kecepatan dan ketersediaan karyawan dalam melayani nasabah, serta

memperhatikan kebutuhan dan memberikan perhatian personal kepada setiap nasabah. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola kepuasan nasabah Bank X terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dengan menggunakan metode ServQual.

2. Penelitian Terkait

2.1 Penelitian (Agustiani, Gustina, & Yuanita, 2022)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan (Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy) berdampak pada kepuasan pelanggan dan dimensi pelayanan yang paling signifikan terhadap kualitas pelayanan di Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kota Solok. Data dikumpulkan melalui metode sampling purposive kepada seratus pelanggan yang pernah mengunjungi kantor Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kota Solok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi tangible memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dimensi empati memiliki pengaruh yang paling rendah. Kualitas pelayanan juga berpengaruh secara signifikan secara parsial dan simultan, dengan tingkat pengaruh sebesar 33,4%. Untuk mempertahankan dan meningkatkan layanan kepada pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan, BNI Cabang Kota Solok harus mempertimbangkan beberapa topik yang diuji dalam penelitian ini. Dengan demikian, penelitian ini akan membantu BNI Cabang Kota Solok mengevaluasi kembali kinerja staf dan karyawannya dalam memberikan layanan yang baik dan berkualitas serta memberikan kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi.

2.2 Penelitian (Mubarokati, 2018)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan dan kualitas layanan di BNI Syariah Cabang Medan dengan menggunakan

metode Servqual. Studi ini menggunakan enam variabel independen: persetujuan, keyakinan, kepercayaan, tangible, empathy, dan respons, bersama dengan satu variabel dependen, kepuasan klien. Sebagai sampel penelitian, tinjauan literatur dan lapangan serta penyusunan hipotesis dilakukan. Selanjutnya, data dikumpulkan melalui distribusi angket kepada 97 nasabah yang melakukan transaksi di BNI Syariah Cabang Medan. Accidental sampling adalah metode pengambilan sampel yang digunakan. Sampel dihitung dengan rumus Slovin. Untuk menganalisis data, analisis kuantitatif digunakan, termasuk uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas Kolmogorov smirnov, uji hipotesis paired sample t-test, dan analisis gap. Hasil analisis data menunjukkan bahwa indikator penelitian ini valid dan kredibel. Nilai residual persepsi dan harapan berdistribusi normal pada uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Analisis gap tingkat kesesuaian antara kinerja dan tingkat kepentingan nasabah menghasilkan hasil sebesar 0,97% atau 96,58 pada uji hipotesis pasangan sampel t-test kesesuaian, kepercayaan, tangible, empathy, dan responsif. Sebaliknya, tidak ada perbedaan antara persepsi dan harapan nasabah tentang pelayanan di BNI Syariah Cabang Medan.

2.3 Penelitian (Salmah, Rafidah, & Alawiyah, 2023)

Banyak bank di Indonesia, baik milik pemerintah maupun swasta, berlomba-lomba untuk merebut klien mereka. Untuk menjadi unggul dalam persaingan, bank harus memiliki elemen pelayanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan bersaing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan dan cara menangani keluhan berdampak pada kepuasan pelanggan Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini melibatkan 4904 nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih,

dengan 100 sampel yang dipilih secara acak. Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, yang dilakukan dengan bantuan program analisis SPSS Versi 29. Studi ini menemukan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; variabel penanganan keluhan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 1.383 kurang dari 2.984 dan nilai signifikan 0.01 kurang dari 0.05.

3. Landasan Teori

Konsep Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah penilaian menyeluruh pelanggan terhadap penyediaan layanan. Perbandingan antara layanan yang diharapkan pelanggan dengan layanan yang sebenarnya mereka terima dikenal sebagai kualitas pelayanan. (Ismoyo, Hadiwidjojo, Rahman, & Rahayu, 2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah persepsi global tentang keunggulan layanan.

Model SERVQUAL

Model SERVQUAL (Service Quality) dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) untuk mengukur kualitas pelayanan (Khan & Siddiqui, 2021). Model ini mengidentifikasi lima dimensi utama kualitas pelayanan:

1. **Tangibles:** Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan materi komunikasi.
2. **Reliability:** Kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal.
3. **Responsiveness:** Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
4. **Assurance:** Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan.

5. **Empathy:** Perhatian individualized yang diberikan perusahaan kepada pe-
langgannya.

Pengukuran Kualitas Pelayanan dengan SERVQUAL

Metode SERVQUAL mengukur kualitas pelayanan dengan membandingkan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi di atas (Rajagukguk & Wibowo, 2022). Instrumen SERVQUAL terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. Bagian yang mengukur harapan pelanggan terhadap layanan ideal.
2. Bagian yang mengukur persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Perbedaan antara persepsi dan harapan menunjukkan kesenjangan (gap) kualitas pelayanan (Malik, 2018). Semakin kecil kesenjangan, maka semakin baik kualitas pelayanan.

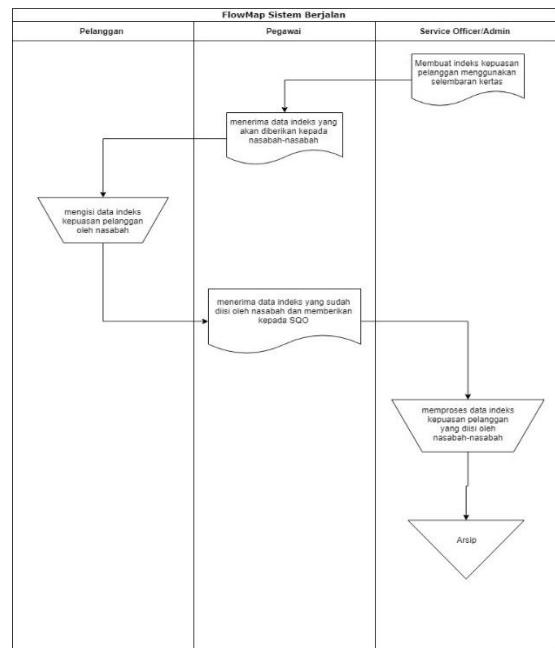
Analisis Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pelanggan terhadap produk atau layanan yang memenuhi kebutuhan dan harapan mereka (Fajri, Busri, & Riskawati, 2023). Dalam hal perbankan, kepuasan pelanggan adalah evaluasi keseluruhan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan bank. Hasil pengukuran SERVQUAL dapat digunakan untuk melakukan analisis pola kepuasan pelanggan dengan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan.

4. Metodologi

Sistem Survei Kepuasan Pelanggan Bank X saat ini masih menggunakan data manual. Angket yang didistribusikan menggunakan bahan kertas disebar-
kan kepada semua pelanggan yang melakukan transaksi di Bank X. Hasil dari survei ini diberikan kepada Officer Kualitas Layanan (SQO), yang kemudian mengumpulkan informasi untuk memberikan hasil kepada

pegawai Bank X. Sistem yang sedang digunakan saat ini adalah sebagai berikut:



FlowMap sistem berjalan

Menggabungkan segala fungsi sistem sebelumnya untuk menghasilkan informasi yang dibutuhkan dan mengelola data dengan sama baiknya atau bahkan lebih baik dari sebelumnya. Ada beberapa masalah dengan aktivitas ini, di antaranya:

1. Membuat indeks kepuasan pelanggan menggunakan format cetakan;
2. Mengumpulkan terlalu banyak lembar indeks kepuasan pelanggan, yang rusak dan hilang;
- dan 3. Mengisi indeks kepuasan pelanggan dengan cepat karena waktu yang terlalu lama.

Menurut Sugiyono (2011), fokus penelitian ini adalah untuk memeriksa bagaimana masing-masing variabel berkorelasi satu sama lain. Analisis deskriptif dan verifikatif digunakan dalam penelitian ini. Dimana metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan keadaan saat ini pada suatu perusahaan dengan menggunakan data dan fakta yang dikumpulkan. Setelah disusun secara sistematis, hasilnya dianalisis.

Penelitian deskriptif, menurut Sugiyono (2014:86), adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menentukan nilai variabel mandiri, baik satu atau lebih (independent), tanpa melakukan perbandingan atau hubungan antara mereka. Penelitian ini menyelidiki:

1. Bagaimana tanggapan pelanggan tentang layanan yang tersedia di Bank X Cabang Cempaka Mas, termasuk fasilitas dan stafnya?
2. Bagaimana produk-produk yang tersedia di Bank X Cabang Cempaka Mas?
3. Bagaimana solusi yang diberikan oleh pegawai Bank X Cabang Cempaka Mas terkait fasilitas dan produk yang tidak memuaskan?

Ada langkah-langkah dalam metode penelitian yang harus diikuti untuk membantu menyusun penelitian ini. Penelitian ini menggunakan penelitian model (Liang, Wu, Liu, Chen, & Zhu, 2022) dan terdiri dari enam tahapan: konsep, desain, pengumpulan bahan, pembuatan produk, pengujian produk, dan distribusi.

Dalam kutipan Zethmel, et, al, menurut (Hui, Zhang, Zhao, & Yang, 2019) Skor servqual untuk tiap pasang pertanyaan bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut:

Skor.Servqual = Skor Persepsi – Skor Harapan

Skor Gap kualitas produk pada berbagai level secara rinci dapat dihitung berdasarkan:

1. Item-by-item analysis, misal $P1 - H1$, $P2 - H2$, dst. Dimana P = Persepsi dan H = harapan.
2. Dimensi-by-dimensi analysis, contoh: $(P1 + P2 + P3 + P4 + P5 / 5) - (H1 + H2 + H3 + H4 + H5 / 5)$ dimana $P1$ sampai $P5$ dan $H1$ sampai $H5$ \ mencerminkan 5 pernyataan persepsi

dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.

3. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa/gap servqual yaitu $(P1 + P2 + P3 + \dots + P27/27) - (H1 + H2 + H3 + \dots + H27/27)$
4. Untuk menganalisa kualitas akan jasa pelayanan yang telah diberikan, maka digunakan rumus (Dewi, Usadha, & Kamala, 2022).

$$\text{Kualitas (Q)} = \frac{\text{Persepsi (P)}}{\text{Harapan (H)}}$$

Jika kualitas $(Q) \geq 1$, maka kualitas pelayanan dikatakan baik.

Langkah-langkah metode Service Quality (Servqual) adalah sebagai berikut: Metode ini mudah digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

1. Pengambilan nilai/bobot Tingkat Persepsi dan Tingkat Harapan Pelanggan Terhadap kriteria Kepuasan Pelanggan.
2. Menghitung bobot persepsi kepuasan pelanggan
Rumus:
 $\Sigma xi = (\Sigma STP \times 1) + (\Sigma TP \times 2) + (\Sigma B \times 3) + (\Sigma P \times 4) + (\Sigma SP \times 5)$
3. Menghitung bobot harapan kepuasan pelanggan
Rumus:
 $\Sigma yi = (\Sigma STS \times 1) + (\Sigma TS \times 2) + (\Sigma B \times 3) + (\Sigma S \times 4) + (\Sigma ST \times 5)$
4. Menghitung Gap (tingkat kesenjangan)
Rumus:
 $SQi = xi - yi$

Dalam pengujian yang menggunakan skala Likert, peserta memilih salah satu jawaban yang tersedia untuk menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap pertanyaan. Diberikan kepada responden lima pilihan jawaban, masing-masing berisi topik:

1. Alternatif jawaban Sangat Puas diberi skor 5
2. Alternatif jawaban Puas diberi skor 4

3. Alternatif jawaban Cukup diberi skor 3
4. Alternatif jawaban Tidak Puas diberi skor 2
5. Alternatif jawaban Sangat Tidak Puas diberi skor 1

$$Range = \frac{Nilai\ Skala \times Jumlah\ Responden}{Nilai\ Tertinggi \times Jumlah\ Responden} \times 100\%$$

Tabel 3.2 Range Score (Sari, 2023)

Range	Keterangan
0-20%	Sangat tidak setuju
21-40%	Tidak setuju
41-60%	Netral
61-80%	Setuju
81-100%	Sangat Setuju

Membandingkan hasil rata-rata dari semua variabel dengan jumlah total variabel akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Berikut adalah kalkulasinya:

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{k}$$

$\bar{x}$ = Rata-rata jawaban perdimensi
 $\sum xi$ = Jumlah rata-rata variabel
 k = Jumlah variabel

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini telah menghasilkan perhitungan gap untuk survei kepuasan pelanggan yang dilakukan melalui internet. Konsep, desain, pengumpulan bahan, pembuatan produk, uji coba, dan distribusi adalah enam tahapan dalam proses pengembangannya. Hasil penelitian adalah sebagai berikut:

4.1.1 Pengelolaan Data

Pada tahap ini, analisis kebutuhan user dilakukan melalui survei analisis kebutuhan. Dalam bulan Juli 2024, kuesioner kebutuhan pengguna disebarluaskan kepada seratus orang, terdiri dari laki-laki dan perempuan. Hasilnya dilampirkan.

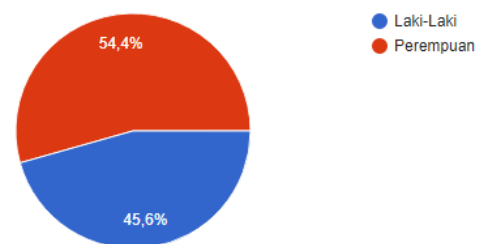
Berikut ini adalah data yang diperoleh dari analisis kebutuhan:

- a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Dari kuisisioner yang terkumpul, kemudian dilakukan pengelolaan dan didapatkan profil responden. Berdasarkan jenis kelamin, dari 57 responden didapatkan 26 responden laki-laki dan 31 responden perempuan.

Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden
Laki-laki	26
Perempuan	31
Total	57

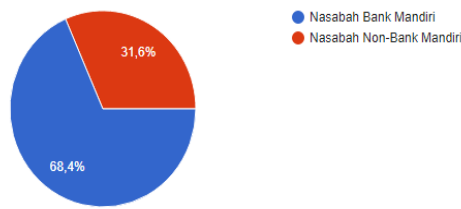


Gambar 4.1 Diagram karakteristik jenis kelamin

- b. Karakteristik berdasarkan jenis user
- Dari kuisisioner yang terkumpul, kemudian dilakukan pengelolaan dan didapatkan profil responden. Berdasarkan jenis user dari 57 responden, didapatkan 39 responden user Bank X dan 18 responden user Non-Bank X.

Tabel 4.2 Karakteristik jenis user

Jenis User	Jumlah Responden
User Bank X	39
User Non-Bank X	18
Total	57



Gambar 4.2 Diagram Jenis User

4.2 Pengukuran Kualitas Pelayanan Menggunakan SERVQUAL

Pengukuran ini menunjukkan bagaimana perhitungan nilai persepsi dan nilai harapan berdampak pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank X Cabang Cempaka Mas.

4.2.1 Perhitungan Nilai Harapan terhadap Survei Kepuasan Pelanggan Bank X Cabang Cempaka Mas

Contoh perhitungan harapan responden pada Kepuasan Pelanggan Bank X Cabang Cempaka Mas akan ditunjukkan di bawah ini. Hasil perhitungan didasarkan pada nilai persepsi yang diperoleh dari 57 responden, dan contoh perhitungan untuk masing-masing atribut adalah sebagai berikut:

$$H1 = 0, H2 = 0, H3 = 3, H4 = 29, H5 = 25$$

$$THi = \frac{(0*1)+(0*2)+(3*3)+(29*4)+(25*5)}{57} = \frac{250}{57} = 4,385965$$

57

57

Hasil perhitungan nilai harapan setiap responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Perhitungan harapan

No	Pertanyaan	Total Nilai	Nilai Bobot Harapan
1	Cabang Cempaka Mas Bank X menjaga kebersihan dan kenyamanan.	250	4,385965
2	Karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas memberikan layanan yang handal kepada pelanggan.	254	4,45614
3	Karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas menyelesaikan transaksi dalam waktu singkat.	255	4,473684
4	Karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas memberikan informasi perbankan yang jelas dan mendalam.	257	4,508772
5	Karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas sangat membantu ketika pelanggan membutuhkan bantuan.	247	4,333333
6	Saat melakukan transaksi, karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas sangat memperhatikan keamanan data pelanggan.	259	4,54386
7	Karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas sangat peduli untuk membantu pelanggan dengan transaksi mereka.	247	4,333333
8	Tingkat suku bunga yang tinggi menarik pelanggan Bank X untuk menabung.	237	4,157895
9	Tabungan Bank X melindungi data pribadi dan	241	4,22807

	perusahaan.		
10	Bentuk Kartu ATM Mandiri menarik secara visual dan menarik bagi pengguna.	242	4,245614
11	Jenis tabungan mandiri berbeda-beda untuk dipilih oleh pengguna sesuai dengan kebutuhan mereka.	252	4,421053
12	Untuk membuat transaksi lebih mudah, tabungan mandiri memiliki banyak penjual.	250	4,385965
13	Desain kartu ATM Mandiri menarik bagi pengguna.	244	4,280702
14	Tabungan Mandiri memiliki biaya administrasi yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.	231	4,052632
15	Karyawan Bank X di cabang Cempaka Mas dapat dipercaya dalam menangani keluhan pelanggan.	251	4,403509
16	Karyawan Bank X di cabang Cempaka Mas harus menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat.	255	4,473684

Tabel di atas menunjukkan nilai harapan untuk masing-masing atribut. Selanjutnya, dimensi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keluhan pengguna akan dihitung, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

a. Kualitas Pelayanan

$$\begin{aligned}
 H_{\text{tangible}} &= 4,385965 \\
 H_{\text{Reliability}} &= (4,45614 + 4,473684) / 2 = 4,464912 \\
 H_{\text{Responsivness}} &= (4,508772 + 4,333333) / 2 = 4,421053 \\
 H_{\text{Assurance}} &= 4,54386 \\
 H_{\text{Empathy}} &= 4,333333
 \end{aligned}$$

Tabel 4.4 Hasil nilai Kualitas Pelayanan (Harapan)

No.	Dimensi Kualitas Pelayanan	Nilai Harapan
1	<i>Tangibles</i>	4,385965
2	<i>Reliability</i>	4,464912
3	<i>Responsivness</i>	4,421053
4	<i>Assurance</i>	4,54386
5	<i>Empathy</i>	4,333333

b. Kualitas Produk

$$\begin{aligned}
 H_{\text{Performance}} &= 4,157895 \\
 H_{\text{Durability}} &= 4,22807 \\
 H_{\text{Specification}} &= 4,245614 \\
 H_{\text{Features}} &= 4,421053 \\
 H_{\text{Reliability}} &= 4,385965
 \end{aligned}$$

$$H_{\text{Aesthetics}} = 4,280702$$

$$H_{\text{Perceived quality}} = 4,052632$$

Tabel 4.5 Tabel Nilai Kualitas Produk (Harapan)

No.	Dimensi Kualitas Produk	Nilai Harapan
1	<i>Performance</i>	4,157895
2	<i>Durability</i>	4,22807
3	<i>Specification</i>	4,245614
4	<i>Features</i>	4,421053
5	<i>Reliability</i>	4,385965
6	<i>Aesthetics</i>	4,280702
7	<i>Perceived quality</i>	4,052632

c. Handling Complaine

$$H_{\text{Keluhan pelanggan}} = (4,403509 + 4,473684) / 2 = 4,438596$$

4.2.2 Perhitungan Nilai Persepsi terhadap Kepuasan Pelanggan Bank X Cabang Cempaka Mas

Proses perhitungan persepsi responden terhadap kualitas pelayanan Bank X Cabang Cempaka Mas akan digambarkan di bawah ini. Hasil perhitungan didasarkan pada nilai persepsi 57 responden untuk setiap atribut, dan hasilnya adalah sebagai berikut:

$$TP1 = \frac{(2*1)+(0*2)+(4*3)+(24*4)+(27*5)}{245} = 4,298246$$

Hasil perhitungan nilai harapan setiap responden dapat dilihat pada tabel berikut:

57
57

Tabel 4.6 Perhitungan Nilai Persepsi

No	Pertanyaan	Total Nilai	Nilai Bobot Persepsi
1	Cabang Cempaka Mas Bank X menjaga kebersihan dan kenyamanan.	245	4,298246
2	Karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas memberikan layanan yang handal kepada pelanggan.	244	4,280702
3	Karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas menyelesaikan transaksi dalam waktu singkat.	254	4,45614
4	Karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas memberikan informasi perbankan yang jelas dan mendalam.	253	4,438596
5	Karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas sangat membantu ketika pelanggan membutuhkan bantuan.	242	4,245614
6	Saat melakukan transaksi, karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas sangat memperhatikan keamanan data pelanggan.	254	4,45614
7	Karyawan Bank X Cabang Cempaka Mas sangat peduli untuk membantu pelanggan dengan transaksi mereka.	257	4,508772
8	Tingkat suku bunga yang tinggi menarik pelanggan Bank X untuk menabung.	247	4,333333
9	Tabungan Bank X melindungi data pribadi dan perusahaan.	247	4,333333
10	Bentuk Kartu ATM Mandiri menarik secara visual dan menarik bagi pengguna.	248	4,350877
11	Jenis tabungan mandiri berbeda-beda untuk dipilih oleh pengguna sesuai dengan kebutuhan mereka.	253	4,438596
12	Untuk membuat transaksi lebih mudah, tabungan mandiri memiliki banyak penjual.	241	4,22807
13	Desain kartu ATM Mandiri menarik bagi pengguna.	255	4,473684
14	Tabungan Mandiri memiliki biaya administrasi yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna.	252	4,421053
15	Karyawan Bank X di cabang Cempaka Mas dapat dipercaya dalam menangani keluhan pelanggan.	242	4,245614
16	Karyawan Bank X di cabang Cempaka Mas harus menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat.	245	4,298246

Pada tabel diatas, dapat dilihat nilai harapan untuk masing-masing atribut. Selanjutnya akan dilakukan perhitungan terhadap masing-masing dimensi kualitas pelayanan, kualitas produk dan handling compline sebagai berikut:

- a. Kualitas Pelayanan
- $$P_{\text{tangible}} = 4,298246$$
- $$P_{\text{Reliability}} = (4,280702 + 4,45614) / 2 = 4,368421$$
- $$P_{\text{Responsivness}} = (4,438596 + 4,245614) / 2 = 4,342105$$
- $$P_{\text{Assurance}} = 4,45614$$
- $$P_{\text{Empathy}} = 4,508772$$

Tabel 4.7 Hasil Nilai Kualitas Pelayanan (Persepsi)

No.	Dimensi Kualitas Pelayanan	Nilai Harapan
1	<i>Tangibles</i>	4,298246
2	<i>Reliability</i>	4,368421
3	<i>Responsivness</i>	4,342105
4	<i>Assurance</i>	4,45614
5	<i>Empathy</i>	4,508772

- b. Kualitas Produk

- $$P_{\text{Performance}} = 4,333333$$
- $$P_{\text{Durability}} = 4,333333$$
- $$P_{\text{Specification}} = 4,350877$$
- $$P_{\text{Features}} = 4,438596$$
- $$P_{\text{Reliability}} = 4,22807$$

- $$P_{\text{Aesthetics}} = 4,473684$$
- $$P_{\text{Perceived quality}} = 4,421053$$

Tabel 4.8 Hasil Nilai Kualitas Produk (Persepsi)

No.	Dimensi Kualitas Produk	Nilai Persepsi
1	<i>Performance</i>	4,333333
2	<i>Durability</i>	4,333333
3	<i>Specification</i>	4,350877
4	<i>Features</i>	4,438596
5	<i>Reliability</i>	4,22807
6	<i>Aesthetics</i>	4,473684
7	<i>Perceived quality</i>	4,421053

- c. *Handling Compline*

$$P_{\text{Keluhan pelanggan}} = (4,245614 + 4,298246) / 2 = 4,27193$$

4.2.3 Perhitungan *ServQual Score* (GAP)

Pada tahap analisis ini, dilakukan perhitungan *ServQual Score* untuk menentukan hasil perolehan nilai GAP pada persepsi dan harapan pada setiap dimensi. Berikut hasil perhitungannya :

$$\text{ServQual Score (GAP)} = \text{Skor harapan} - \text{Skor persepsi}$$

Hasil dari perhitungan tersebut diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8 ServQual Score

Dimensi	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP
Kualitas Pelayanan	<i>Tangibles</i>	4,298246	4,385965	-0,08772
	<i>Reliability</i>	4,368421	4,464912	-0,09649
	<i>Responsivness</i>	4,342105	4,421053	-0,07895
	<i>Assurance</i>	4,45614	4,54386	-0,08772
	<i>Empathy</i>	4,508772	4,333333	0,175439
Kualitas Produk	<i>Performance</i>	4,333333	4,157895	0,175438
	<i>Durability</i>	4,333333	4,22807	0,105263
	<i>Specification</i>	4,350877	4,245614	0,105263
	<i>Features</i>	4,438596	4,421053	0,017543
	<i>Reliability</i>	4,22807	4,385965	-0,1579

	<i>Aesthetics</i>	4,473684	4,280702	0,192982
	<i>Perceived quality</i>	4,421053	4,052632	0,368421
<i>Handling Complaint</i>	Keluhan User	4,27193	4,438596	-0,16667

Setelah memperoleh hasil nilai persepsi dan harapan, selanjutnya menghitung perolehan nilai rata – rata dari nilai persepsi dan harapan dengan jumlah total banyaknya dimensi pada kepuasan pelanggan, berikut perhitungannya:

- Nilai rata – rata Persepsi = Total jumlah nilai persepsi / total dimensi kepuasan pelanggan.
 $= 56,82456 / 13 = 4,3711$
- Nilai rata – rata Harapan = Total jumlah nilai harapan / total dimensi kepuasan pelanggan
 $= 56,35965 / 13 = 4,335358$

Tabel 4.9 Nilai Gap Kepuasan Pelanggan

Atribut	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	GAP
Kualitas Pelayanan	<i>Tangibles</i>	4,298246	4,385965	-0,08772
	<i>Reliability</i>	4,368421	4,464912	-0,09649
	<i>Responsivness</i>	4,342105	4,421053	-0,07895
	<i>Assurance</i>	4,45614	4,54386	-0,08772
	<i>Empathy</i>	4,508772	4,333333	0,175439
Kualitas Produk	<i>Performance</i>	4,333333	4,157895	0,175438
	<i>Durability</i>	4,333333	4,22807	0,105263
	<i>Specification</i>	4,350877	4,245614	0,105263
	<i>Features</i>	4,438596	4,421053	0,017543
	<i>Reliability</i>	4,22807	4,385965	-0,1579
	<i>Aesthetics</i>	4,473684	4,280702	0,192982
	<i>Perceived quality</i>	4,421053	4,052632	0,368421
<i>Handling Complaint</i>	Keluhan User	4,27193	4,438596	-0,16667
Total Nilai		56,82456	56,35965	0,46491
Rata - rata		4,37112	4,335358	0,035762

5. Kesimpulan

Hasil penelitian dan analisis kepuasan pelanggan dengan metode ServQual pada Bank X Cabang Cempaka Mas, yang melihat kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keluhan pelanggan, menghasilkan kesimpulan berikut:

- Pada dimensi Kualitas Pelayanan diperoleh hasil Gap bahwa masih

belum cukup memuaskan pada dimensi kualitas pelayanan pada Bank X Cabang Cempaka Mas, namun dari dimensi Empathy cukup memuaskan dengan perolehan sebagai berikut:

Tangible = - 0,0877
Reliability = - 0,0965
Responsiveness = - 0,079
Assurance = - 0,0877

- | | | | |
|---|------------|--|------------|
| Empathy | = 0,17544 | Specification | = 0,105263 |
| 2. Pada dimensi Kualitas Pelayanan diperoleh hasil Gap bahwa dari kualitas produk tabungan Bank X sangat memuaskan bagi user, namun dari dimensi Reliability belum cukup memuaskan dengan perolehan sebagai berikut : | | Features | = 0,105263 |
| | | Reliability | = -0,1579 |
| | | Aesthetics | = 0,192982 |
| | | Perceived quality | = 0,368421 |
| | | 3. Pada dimensi Keluhan user diperoleh hasil Gap bahwa keluhan user belum memuaskan dengan perolehan sebagai berikut : | |
| Performance | = 0,175439 | Keluhan pelanggan | = -0,16667 |
| Durability | = 0,105263 | | |

Daftar Pustaka

- Agustiani, T., Gustina, G., & Yuanita, I. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK NEGARA INDONESIA (BNI) CABANG KOTA SOLOK. *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(3), 259–269. <https://doi.org/10.35446/BISNISKOMPETIF.V1I3.1174>
- Dewi, N. P. Y. T., Usadha, D. N., & Kamala, D. (2022). Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Jasa Marga Bali Tol. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 8(1), 25–36. https://doi.org/10.47329/JURNAL_MBE.V8I1.773
- Fadlilah, M. P. N., Sugito, S., & Rahmawati, R. (2017). *SISTEM ANTRIAN PADA PELAYANAN CUSTOMER SERVICE PT. BANK X*.
- Fajri, N., Busri, N. K., & Riskawati, R. (2023). The Customer Satisfaction Measurement Using SERVQUAL Method: Case Study in Printing Company. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 46. <https://doi.org/10.32832/JM-UIKA.V14I1.9412>
- Gani, A. G., Hanifah, Q., (2023). Rancang Bangun Sistem Informasi Persetujuan Dokumen Menggunakan Openssl Dan Digital Signature Berbasis Web. *JSI (Jurnal Sistem Informasi) Universitas Suryadarma*. 10(1). 27-46. <https://doi.org/10.35968/jsi.v10i1.985>
- Hoque, U. S., Akhter, N., Absar, N., Khandaker, M. U., & Al-Mamun, A. (2023). Assessing Service Quality Using SERVQUAL Model: An Empirical Study on Some Private Universities in Bangladesh. *Trends in Higher Education*, 2(1), 255–269. <https://doi.org/10.3390/HIGHEREDU2010013>
- Hui, G., Zhang, G., Zhao, Z., & Yang, A. (2019). Methods of Forest Structure Research: a Review. *Current Forestry Reports*, 5(3), 142–154. <https://doi.org/10.1007/S40725-019-00090-7>
- Ismoyo, N. B., Hadiwidjojo, D., Rahman, F., & Rahayu, M. (2017). Service Quality Perception's Effect on Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *European Business & Management*, 3(3), 37. <https://doi.org/10.11648/J.EBM.20170303.11>
- Jonkisz, A., Karniej, P., & Krasowska, D. (2022). The Servqual Method as an Assessment Tool of the Quality of Medical Services in Selected Asian Countries. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), 7831. <https://doi.org/10.3390/IJERPH19137831/S1>
- Khan, S. K., & Siddiqui, T. A. (2021). ASSESSING THE RELATIONSHIP AMONG SERVICE QUALITY DIMENSIONS IN HIGHER EDUCATION INSTITUTION AND STUDENT SATISFACTION BY APPLYING THE SERVQUAL MODEL.

- Pakistan Journal of Educational Research*, 4(4).
<https://doi.org/10.52337/PJER.V4I4.336>
- Komara, E., & Utami, D. T. (2024). The Effect of Customer Satisfaction, E-Word of Mouth, and Initial Trust on Livin's Mobile Banking Adoption Interest. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 194–203. <https://doi.org/10.32832/JM-UIKA.V15I1.14771>
- Liang, C., Wu, Y., Liu, J., Chen, D., & Zhu, Y. (2022). A critical review on soil structure: research methods, structured indexes, and constitutive models. *Arabian Journal of Geosciences*, 15(18). <https://doi.org/10.1007/S12517-022-10773-4>
- Malik, N. (2018). A Study Of Expectations And Perceptions of Private And Govt . Polytechnic ' s Teachers of Haryana with SERVQUAL Model Dimensions. *Jurnal SISFOKOM (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(1), 39–46.
- Mubarokati, M. (2018). *Analisis kualitas layanan dan tingkat kepuasan nasabah pt. bni syariah cabang Medan dengan metode servqual*.
- Mujinga, M. (2019). Retail banking service quality measurement: SERVQUAL gap analysis. *Conference on Information Communications Technology and Society*. <https://doi.org/10.1109/ICTAS.2019.8703635>
- Putri, G. A. M., Fauzi, A., Saputra, F., Danaya, B. P., & Puspitasari, D. (2023). Pengaruh Pengembangan Karier, Budaya Organisasi dan Beban Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan (Literature Review MSDM). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi (Jemsi)*, 5(2), 99–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jemsi.v5i2>
- Rahman, M. A., Qi, X., Mohammad Saif, A. N., Ibrahim, I. Bin, & Sultana, R. (2017). Assessing service quality of online bill payment system using extended SERVQUAL model (SERVQUAL-Butterfly model): A case study of Dhaka electric supply company limited (DESCO), Bangladesh. *Cogent Business and Management*, 4(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2017.1301195>
- Rajagukguk, J. R., & Wibowo, B. A. (2022). Study of Customer Satisfaction Index on The Reliability of Motor Services Using the ServQual Method In The Educational Environment : Case Study At Stap One Workshop. *Proceedings of The International Halal Science and Technology Conference*, 15(1), 232–244. <https://doi.org/10.31098/IHSATEC.V15I1.615>
- Salmah, S., Rafidah, R., & Alawiyah, R. (2023). Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Prabumulih. *ECo-Buss*, 6(2), 697–707. <https://doi.org/10.32877/EB.V6I2.910>
- Sari, I. S. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA HOTEL SWISS-BEL HOTEL AIRPORT JAKARTA. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 278. <https://doi.org/10.31000/SINAMU.V4I1.7899>
- Vidyandari, A. F., Hutagaol, M. P., & Affandi, J. (2021). ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP PELAYANAN FRONTLINER BANK X KANTOR CABANG KHUSUS SUDIRMAN. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/JABM.7.1.1>
- Yulianty, Y., & Yaputra, R. (2019). Pengaruh persepsi nilai terhadap kepuasan nasabah tabungan Bank X di Bandung. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), 61–72. <https://doi.org/10.28932/JMM.V19I1.979>

