

Customer Satisfaction Analysis Using Servqual, Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Methods [Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual, Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)]

Mohammad Misbachul Munir¹⁾, Wiwik Sulistiyowati ^{*,2)}

¹⁾Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: wiwik@umsida.ac.id

Abstract. *Puskesmas or community health center is a first-level health service that functions to carry out public health efforts by prioritizing promotive and preventive functions in its management area. Adequate facilities and good service quality will affect customer satisfaction in using puskesmas services. To encourage the growth of good service quality, the puskesmas management must collect information from consumers as a reference for developing the quality of service, facilities, and promotion of puskesmas in accordance with what is expected by consumers by using three methods of assessing service quality, namely Servqual, Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). The results of calculations using the CSI method have a satisfaction index value of 72.07% and are included in the satisfied category with a gap between 66%-80%. While the attributes that must be improved in processing using the IPA and Servqual methods there are 3 attributes that are of more concern, including: employees are able to serve patients quickly and precisely, employees are able to communicate well to patients, politeness and friendliness given by employees to patients.*

Keywords - Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, Service Quality, Puskesmas, Servqual

Abstrak. *Puskesmas atau pusat kesehatan masyarakat merupakan sebuah pelayanan kesehatan tingkat pertama yang berfungsi untuk menyelenggarakan upaya kesehatan masyarakat dengan lebih mengutamakan fungsi promotif dan preventif pada wilayah pengelolaannya. Fasilitas yang memadai dan kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pelayanan puskesmas. Untuk mendorong pertumbuhan kualitas pelayanan yang baik, pihak manajemen puskesmas harus melakukan pengumpulan informasi dari konsumen sebagai dasar acuan pengembangan kualitas pelayanan, fasilitas, dan promosi puskesmas sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dengan menggunakan tiga metode penilaian kualitas layanan yaitu Servqual, Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil dari perhitungan menggunakan metode CSI memiliki nilai indeks kepuasan sebesar 72,07% dan masuk pada kategori puas dengan gap diantara 66%-80%. Sedangkan atribut yang harus ditingkatkan pada pengolahan menggunakan metode IPA dan Servqual terdapat 3 atribut yang menjadi perhatian lebih antara lain: karyawan mampu melayani pasien dengan cepat dan tepat, para karyawan mampu berkomunikasi dengan baik kepada pasien, kesopanan dan keramahan yang diberikan karyawan kepada pasien*

Kata Kunci - Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, Kualitas Pelayanan, Puskesmas, Servqual

I. PENDAHULUAN

Puskesmas atau pusat kesehatan masyarakat merupakan sebuah pelayanan kesehatan tingkat pertama yang berfungsi untuk menyelenggarakan upaya kesehatan masyarakat dengan lebih mengutamakan fungsi promotif dan preventif pada wilayah pengelolaannya. Bagi Permenkes RI Nomor 43 Tahun 2019, upaya yang sanggup diberikan puskesmas pada warga mencakup perencanaan, penerapan, penilaian, pencatatan, serta pelaporan yang hendak dituangkan dalam satu sistem terintegrasi. Puskesmas merupakan instansi pemerintah yang dalam pelaksanaannya berdasarkan pada peraturan-peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah dan merupakan unsur pelaksana pemerintah Kabupaten dipimpin oleh seorang kepala yang berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Dinas Kesehatan di wilayah kerjanya [1]. Sebagai pelayanan tingkat pertama pada kesehatan masyarakat, puskesmas diharuskan untuk memaksimalkan fungsinya sehingga masyarakat merasa terpuaskan terhadap jasa yang diberikan.

Jasa adalah suatu hasil yang tidak harus dalam bentuk fisik, tetapi dapat dinikmati oleh panca indera dan atau perasaan (gerak, suatu, keindahan, kenyamanan, rupa) disamping memang ada bentuk fisik yang dituju [2]. Ada ciri-ciri organisasi jasa (termasuk puskesmas) yang berkualitas antara lain sebagai berikut: terfokus terhadap pelanggan, integritas yang tinggi dengan menciptakan komitmen tinggi dari atas ke bawah, standar pelayanan yang tinggi, monitoring kinerja jasa secara real time, tersedianya pusat keluhan bagi konsumen, dan memenuhi kebutuhan

karyawan [3]. Dengan jasa yang baik diberikan kepada konsumen, maka akan terciptanya kualitas pelayanan yang unggul pada instansi terkait. Kualitas pelayanan atau mutu pada tenaga kesehatan juga tidak dapat lepas dari kepuasan pelanggan atau pasien. Pelayanan kesehatan yang bermutu dapat meningkatkan kepuasan pasien terhadap pelayanan yang diberikan. Selain itu, kepuasan pasien akan tercipta ketika apa yang didapat lebih besar dengan apa yang diharapkan [4]. Kepuasan konsumen adalah sebagai indikator kesuksesan bisnis masa depan. Pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang, karena dibutuhkan waktu cukup lama sebelum bisa membangun dan mendapatkan reputasi dan seringkali dituntut investasi besar pada serangkaian aktivitas yang ditujukan untuk membahagiakan pelanggan [5]. Pada penelitian kali ini untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan pada puskesmas akan digunakan 3 metode yaitu *servqual*, *customer satisfaction index* dan *importance performance analysis*.

Metode *SERVQUAL* menjadi model pengukuran kualitas jasa yang populer digunakan, metode ini dibangun atas perbandingan dari 2 (dua) faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas pelayanan yang telah mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sebenarnya mereka harapkan terima (*expected service*) [6]. *Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan metode pengukuran kepuasan pelanggan yang sangat populer dan banyak digunakan pada kalangan perusahaan besar. Bisa digunakan untuk membandingkan kepuasan dua produk atau lebih, mampu melihat perkembangan dan tingkat kepuasan konsumen akan sebuah produk dari waktu ke waktu (*time series*) [7]. IPA juga dapat dijelaskan sebagai suatu teknik penerapan yang mudah untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang efektif dan juga untuk mengukur tingkat hubungan yang terjalin dari persepsi pelanggan dengan level tingkat prioritas kualitas produk atau jasa yang dikenal dengan *quadran analysis* [7].

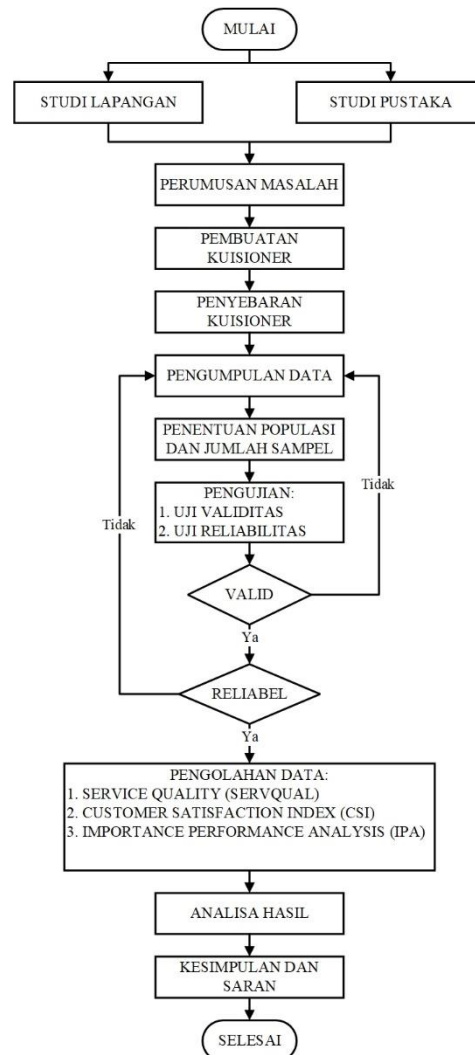
II. METODE

Tempat pengambilan data dan observasi lapangan selama penelitian berada pada lingkungan puskesmas yang terletak disalah satu daerah Sidoarjo, data yang diambil adalah hasil dari kuesioner yang disebar pada pengunjung puskesmas sebanyak 150 responden. Lama penelitian ini dilakukan adalah selama enam bulan dari bulan Juni 2022 sampai dengan November 2022. Pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Servual*, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) [8]

Proses penelitian ini yaitu meliputi:

- 1) Pengumpulan data dengan wawancara dan penyebaran kuesioner sebanyak 150 responden.
- 2) Studi pustaka sebagai tujuan untuk memahami konsep dasar ilmu yang berhubungan.
- 3) Perumusan masalah yang terjadi sesuai dengan pengalaman konsumen.
- 4) Pembuatan kuesioner tertutup kepada responden yang berjumlah 150 orang.
- 5) Penyebaran kuesioner dilakukan selama beberapa hari, sehingga total 150 responden tercapai.
- 6) Rekapitulasi data kuesioner yang telah terkumpul.
- 7) Penentuan populasi dan sampel ditentukan secara kebetulan (*accidental sampling*) yaitu pemilihan responden yang paling mudah dijumpai.
- 8) Pengujian data dengan uji validitas dan reliabilitas.
- 9) Pengolahan data menggunakan metode yang telah ditetapkan.
- 10) Menganalisa tingkat kepuasan kualitas layanan dan pemberian usulan untuk perbaikan pelayanan.

Pembuatan artikel penelitian dari hasil penelitian yang dilakukan.



Gambar 1 Diagram Alir Penelitian

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Tahap Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuisisioner kepada pengunjung puskesmas dan didapatkan data profil pengunjung sebanyak 150 responden [9].

Berikut adalah rumus untuk menentukan jumlah sampel dengan populasi kurang dari 10.000 adalah sebagai berikut [10]:

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

Dimana:

n = besar sampel

N = besar populasi

d = tingkat penyimpangan yang diinginkan (5% / 1%)

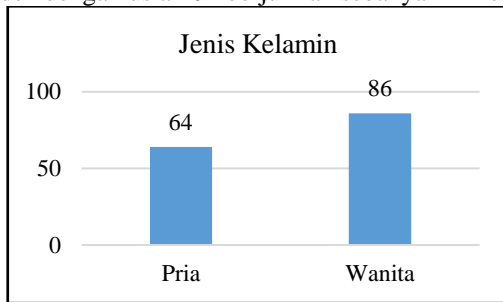
Besar populasi pada saat observasi yang ada pada Puskesmas Kepadangan sebesar 240 orang. Dengan rumus tersebut, maka dapat dihitung sampel yang harus digunakan pada penelitian kali ini adalah [11]:

$$n = \frac{240}{1 + 240(0,05^2)}$$

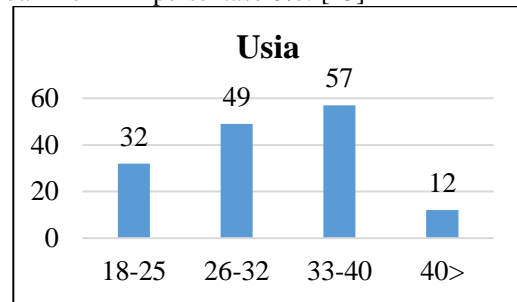
n = 150 responden (sampel yang akan digunakan pada penelitian kali ini) [12].

Berdasarkan gambar 1 terbagi menjadi 2 golongan jenis kelamin. Untuk profil responden pria berjumlah sebanyak 64 responden dan memiliki persentase 43%, untuk profil responden wanita berjumlah sebanyak 86 responden dan memiliki persentase 57%. Berdasarkan gambar 2 terbagi menjadi 4 golongan usia. Untuk profil responden dengan usia 18-25 berjumlah sebanyak 32 responden dan memiliki persentase 21%, untuk profil responden dengan usia 26-32 berjumlah sebanyak 49 responden dan memiliki persentase 33%, untuk profil

responden dengan usia 33-40 berjumlah sebanyak 57 responden dan memiliki persentase 38%, dan untuk profil responden dengan usia 40> berjumlah sebanyak 12 responden dan memiliki persentase 8%. [13]

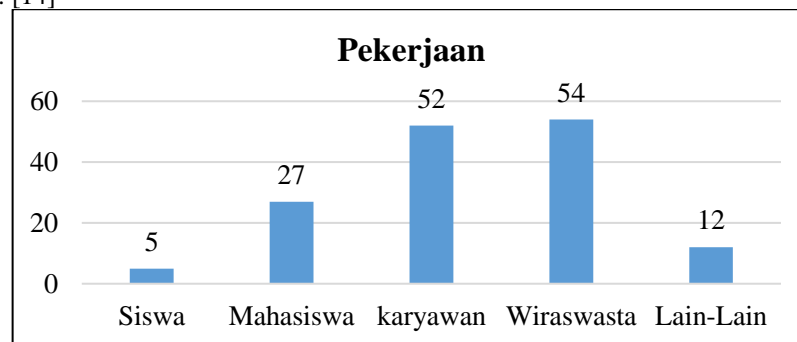


Gambar 1. Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 2. Pengunjung Berdasarkan Usia

Berdasarkan gambar 3 untuk profil responden dengan profesi siswa berjumlah sebanyak 5 responden dan memiliki persentase 3%, untuk profil responden dengan profesi mahasiswa berjumlah sebanyak 27 responden dan memiliki persentase 18%, untuk profil responden dengan profesi karyawan berjumlah sebanyak 52 responden dan memiliki persentase 35%, untuk profil responden dengan profesi wiraswasta berjumlah sebanyak 54 responden dan memiliki persentase 36%, dan untuk profil responden dengan profesi lainnya berjumlah sebanyak 12 responden dan memiliki persentase 8%. [14]



Gambar 3. Pengunjung Berdasarkan Pekerjaan

B. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dan didapatkan 150 responden, maka selanjutnya data akan diuji menggunakan 2 uji data, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur kuatnya alat ukur dalam melakukan fungsinya, dimana apabila validitas suatu variabel tinggi maka uji dikatakan berhasil dan data yang tidak valid akan dibuang dan tidak akan dilanjutkan pada tahap berikutnya. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu variabel dengan gejala yang sama dan sejauh mana dapat digunakan. Dimana apabila variabel telah diajukan pada responden yang berbeda maka hasilnya tidak akan jauh menyimpang dari rata-rata jawaban responden, apabila ditemukan data yang menyimpang jauh maka tidak akan digunakan pada tahap selanjutnya [15].

Tabel 1. Uji Validitas Tingkat Harapan

No	Atribut	R hitung	Keterangan
1	X_1	0.527	Valid
2	X_2	0.619	Valid
3	X_3	0.641	Valid
4	X_4	0.576	Valid
5	X_5	0.546	Valid
6	X_6	0.411	Valid
7	X_7	0.577	Valid
8	X_8	0.528	Valid
9	X_9	0.348	Valid
10	X_10	0.637	Valid
11	X_11	0.616	Valid
12	X_12	0.542	Valid

13	X_13	0.496	Valid
14	X_14	0.629	Valid
15	X_15	0.595	Valid
16	X_16	0.642	Valid
17	X_17	0.667	Valid
18	X_18	0.459	Valid
19	X_19	0.619	Valid

Tabel 2. Uji Validitas Tingkat Kinerja

No	Atribut	R hitung	Keterangan
1	X_1	0.396	Valid
2	X_2	0.278	Valid
3	X_3	0.569	Valid
4	X_4	0.276	Valid
5	X_5	0.433	Valid

6	X_6	0.311	Valid
7	X_7	0.506	Valid
8	X_8	0.672	Valid
9	X_9	0.589	Valid
10	X_10	0.475	Valid
11	X_11	0.569	Valid
12	X_12	0.65	Valid

13	X_13	0.663	Valid
14	X_14	0.561	Valid
15	X_15	0.683	Valid
16	X_16	0.617	Valid
17	X_17	0.508	Valid
18	X_18	0.675	Valid
19	X_19	0.665	Valid

Dari tabel uji validitas tingkat harapan dan tingkat kinerja dengan total 150 responden dan 19 pertanyaan disimpulkan bahwa R hitung lebih besar dari R tabel (0,1603), dengan demikian dapat dinyatakan bahwa data butir pertanyaan kuesioner adalah valid [16].

Tabel 3. Uji Reliabilitas Tingkat Harapan

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,910	19

Tabel 4. Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,898	19

Dari tabel uji reliabilitas tingkat harapan dan tingkat kinerja dengan total 150 responden dan 19 pertanyaan disimpulkan bahwa memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,600. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan butir pertanyaan yang dipakai pada kuesioner adalah reliabel. Hal ini juga dapat dikatakan butir pertanyaan memiliki kestabilan yang baik dan apabila diuji menggunakan responden baru maka hasil yang didapat tidak akan menjauhi rata-rata hasil yang sekarang [17].

C. Metode Servqual

Penilaian metode *servqual* berdasarkan pada gap dari nilai harapan dan kinerja, penilaian dibedakan menjadi 2 sebagai berikut [18]:

1. Skor *servqual negative* (<0) menunjukkan adanya kesenjangan antara kenyataan dengan harapan pelanggan, sehingga dikatakan tidak puas.
2. Skor *servqual positif* (≥0) menunjukkan kenyataan telah sesuai atau melebihi harapan pelanggan, sehingga dapat dikatakan puas.

Tabel 5. Gap dan Ranking Nilai Servqual

No	Atribut	Gap	Ranking
1	X_1	-0,193	11
2	X_2	-0,120	5
3	X_3	-0,100	2
4	X_4	-0,167	10
5	X_5	-0,460	18
6	X_6	-0,227	13
7	X_7	-0,133	8
8	X_8	-0,120	5
9	X_9	-0,513	19
10	X_10	-0,127	7
11	X_11	-0,280	15
12	X_12	-0,120	4
13	X_13	-0,280	14
14	X_14	-0,027	1
15	X_15	-0,220	12
16	X_16	-0,133	8
17	X_17	-0,353	17
18	X_18	-0,113	3
19	X_19	-0,293	16

Pada tabel 5. nilai gap secara keseluruhan menghasilkan hasil negatif (-), dengan rata-rata gap memiliki nilai -0,209 dan dapat dikatakan seluruh kualitas layanan ditiap dimensi dan atribut tidak memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan, kemudian ranking yang didapat akan digunakan menjadi indikator level perbaikan kualitas pelayanan perusahaan, semakin tinggi ranking yang diperoleh maka semakin penting kualitas layanan dari atribut tersebut harus cepat untuk diperbaiki oleh perusahaan [18].

D. Metode Customer Satisfaction Index

Untuk mencari dari nilai CSI didapat dari rata-rata nilai harapan dan juga rata-rata nilai kinerja, perhitungan ini dilakukan pada tiap-tiap atribut yang digunakan pada kuesioner. Berikut adalah contoh perhitungan yang akan dilakukan (contoh atribut 1):

$$WF (Weight Factor) = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \quad (2)$$

$$WF = (3,11 / 58,74) \times 100\%$$

$$WF = (0,053) \times 100\% = 5,30\%$$

$$WS (Weight Score) = Wfi \times MSS \quad (3)$$

$$WS = 5,30 \times 2,92 = 15,48$$

Tabel 6. Hasil Perhitungan CSI

No	Atribut	Rata-rata Harapan	WF	Rata-rata Kinerja	WS
1	X_1	3.11	5.30%	2.92	15.48
2	X_2	3.07	5.23%	2.95	15.45
3	X_3	2.9	4.94%	2.8	13.82
4	X_4	2.96	5.04%	2.79	14.08
5	X_5	3.23	5.50%	2.77	15.27
6	X_6	3.17	5.40%	2.95	15.92
7	X_7	3.11	5.30%	2.98	15.79
8	X_8	3.14	5.35%	3.02	16.14
9	X_9	3.27	5.56%	2.75	15.31
10	X_10	3.17	5.39%	3.04	16.39
11	X_11	3.05	5.19%	2.77	14.35
12	X_12	3.01	5.13%	2.89	14.84
13	X_13	3.19	5.44%	2.91	15.84
14	X_14	3.01	5.12%	2.98	15.25
15	X_15	3.08	5.24%	2.86	15
16	X_16	3.1	5.28%	2.97	15.66
17	X_17	3.12	5.31%	2.77	14.7
18	X_18	2.85	4.86%	2.74	13.31
19	X_19	3.19	5.43%	2.89	15.7
Total					288.29

Dari hasil pengolahan data CSI yang dapat dilihat pada tabel 6, maka kemudian akan dicari Indeks Kepuasan Pelanggan dengan rumus matematis seperti berikut ini:

$$\text{Indeks Kepuasan} = (\text{Total WS} : \text{skala maksimum kuesioner}) \times 100\% \quad (4)$$

$$= (288,29 : 4) \times 100\%$$

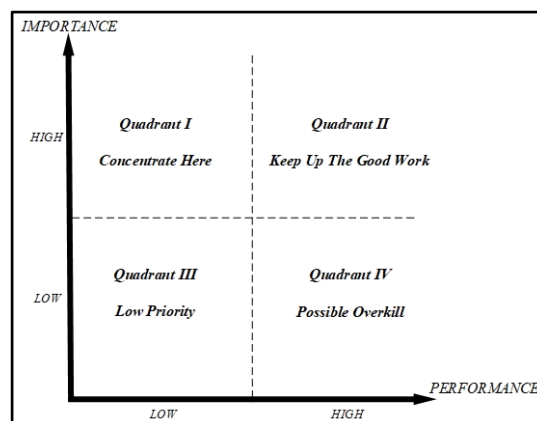
$$= 72,07\%$$

Berdasar pada perhitungan matematis diatas, diketahui bahwa nilai indeks kepuasan pelanggan memiliki nilai 72,07%, dilihat dari indeks CSI maka nilai tersebut masuk pada kategori dengan skala 66%-80% yang mengidentifikasi bahwa pelanggan merasa puas dengan kinerja pelayanan perusahaan. Namun, perbaikan kualitas layanan harus tetap dilakukan secara berkala agar perusahaan mampu masuk pada indeks CSI kualitas layanan dengan skala 81%-100% dengan pernyataan bahwa pelanggan merasa sangat puas dengan kinerja pelayanan perusahaan.

E. Metode Importance Performance Analysis

Menggunakan metode IPA ini bertujuan untuk mampu memetakan tiap-tiap atribut yang digunakan kedalam diagram kartesius yang mempunyai 4 bagian kuadran yang pada tiap-tiap kuadran mempunyai perlakuan yang berbeda untuk atribut yang masuk kedalam kategori kuadran tersebut.

Diagram Importance Performance Analysis (IPA) terdiri dari 4 kuadran yaitu :



Gambar 4. Diagram Kuadran IPA

Untuk menentukan perhitungan dan plot pada diagram kartesius untuk seluruh atribut yang digunakan. Data yang diperlukan pada penentuan kuadran kartesius adalah rata-rata kepentingan, rata-rata kepuasan, dan juga menghitung sumbu X dan Y. Berikut adalah rumus matematis untuk menghitung nilai X dan Y pada garis pembagian daerah pada diagram kartesius:

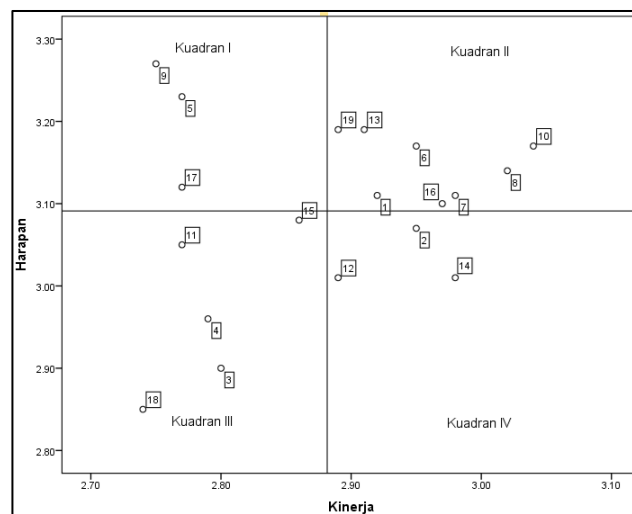
$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}}{k} \quad (5)$$

$$= 58,74/19 = 3,09$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}}{k} \quad (6)$$

$$= 54,76/19 = 2,88$$

Berikut adalah hasil dari pengelompokan atribut berdasarkan 4 kuadran yang berbeda pada diagram kartesius yang diolah menggunakan aplikasi SPSS:



Gambar 5. Diagram Kartesius

Hasil pada pengolahan atribut pada diagram kartesius mengelompokkan atribut menjadi 4 kuadran yang berbeda dan tiap-tiap kuadran memiliki misi tersendiri untuk mengambil keputusan yang tepat bagi atribut yang berada pada kuadrannya.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan pada puskesmas Kepadangan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut: Tingkat kepuasan pelanggan puskesmas dilihat pada hasil Customer Satisfaction Index (CSI) memiliki nilai indeks kepuasan sebesar 72,07%. Nilai tersebut masuk pada kategori level 2 atau pada gap antara 66%-80% dan secara keseluruhan pelanggan dari puskesmas merasa puas oleh kualitas layanan yang diberikan. Atribut yang harus ditingkatkan oleh pihak puskesmas dilihat dari hasil pengolahan menggunakan metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA) dengan hasil yang sama menyatakan ada 3 atribut yang menjadi perhatian lebih oleh puskesmas yaitu: Karyawan mampu melayani pasien dengan cepat dan tepat, para karyawan mampu berkomunikasi dengan baik kepada pasien, dan juga kesopanan dan keramahan yang diberikan karyawan kepada pasien. Rekomendasi yang mampu diberikan oleh peneliti kepada puskesmas terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan pelanggan ialah dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan tentang pengetahuan pada pekerjaan yang dilakukannya, memberikan aturan atau standar operasi yang jelas kepada karyawan yang dapat digunakan sebagai pedoman standar kualitas layanan.

V. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih peneliti sampaikan kepada pihak puskesmas yang memberikan fasilitas yang membantu peneliti untuk mengumpulkan data sehingga penelitian ini mampu selesai dengan memuaskan. Terimakasih juga peneliti sampaikan kembali kepada kepada divisi pada puskesmas karena dengan bantuan beliau kekuarangan data yang peneliti alami mampu terpenuhi. Terimakasih peneliti sampaikan kepada semua pihak-pihak lain yang tidak

dapat disebutkan satu-persatu karena keterbatasan ucapan yang mampu disajikan, ucapan syukur peneliti berikan kepada semua pihak karena telah memberikan masukan yang membangun serta pandangan yang berbeda-beda pada penelitian kali ini.

Peneliti sadar tanpa adanya bantuan dari seluruh pihak, penelitian ini tidak akan usai. Salam hangat peneliti ucapkan kepada semua pihak yang terkait, semoga dengan adanya penelitian ini mampu memberikan dampak yang baik kepada seluruh pihak.

REFERENSI

- [1] Julianto, Pebi. 2019. “Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Prestasi Kerja Pegawai pada Puskesmas di Kecamatan Depati VII Kabupaten Kerinci”. Jurnal Administrasi Nusantara. Jambi: STIA Nusantara Sakti Sungai Penuh. Vol.02, No.01. Halaman: 42-58.
- [2] Djafri, Novianty. 2018. “Manajemen Pelayanan (Berbasis Revolusi Mental)”. Gorontalo: Ideas Publishing.
- [3] Labaso, Syahrial. 2018. “Penerapan Marketing Mix Sebagai Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MAN 1 Yogyakarta”. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Vol.03, No.02. Halaman: 289-311.
- [4] Ulumiyah, Nurul Hidayatul. 2018. “Meningkatkan Mutu Pelayanan Kesehatan Dengan Penerapan Upaya Keselamatan Pasien Di Puskesmas”. Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia. PERSAKMI Jawa Timur, Indonesia. Vol.06, No.02. Halaman: 149-155.
- [5] Syahlina, Maya, Nasib. 2019. “Pengukuran Kepuasan Pengguna Kereta Api Indonesia (Persero) Medan Melalui Fasilitas dan Pelayanan”. Medan: Politeknik Unggul LP3M, Fakultas Manajemen Pemasaran, Program Studi Akuntansi. Vol.12, No.01. Halaman: 51-57.
- [6] Lubis, Fitriani Surayya, dkk. 2019. “Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structuran Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru Baru”. Jurnal Sains, Teknologi dan Industri. Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Teknik Industri. Vol.16, No.02. Halaman: 25-31.
- [7] Chandra, Teddy, Devy Novia. 2019. “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Optik “Jakarta” Pekanbaru”. Jurnal Ilmiah Manajemen. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia. Vol.07, No.02. Halaman: 125-139.
- [8] Irawan, Beny. 2019. “Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Mutu Pelayanan Rumah Sakit Berdasarkan Metode Service Quality (SERVQUAL)”. Jurnal Keperawatan dan Fisioterapi (JKF). Deli Serdang: Istitut Kesehatan Medistra Lubuk Pakam. Vol.03, No.01. Halaman: 58-64.
- [9] Haeradi, Abdul Rahmadan, Dkk. 2022. “Analisis Aplikasi MFIN Terhadap Kepuasan Karyawan PT. Mandala Multifinance, TBK dengan Framework Customer Satisfaction Index (CSI)”. Jurnal Indonesia Sosial Teknologi. Balikpapan: STMIK Borneo Internasional. Vol.03, No.01. Halaman: 87-102.
- [10] Wahab, Abdul. 2021. “Sampling dalam Penelitian Kesehatan”. Jurnal Pendidikan dan Teknologi Kesehatan. Makassar: Universitas Muslim Indonesia. Vol.04, No.01. Halaman: 38-99.
- [11] Lukita, Chandra, Sudadi Pranata, Kiran Agustin. 2019. “Metode SERVQUAL dan Importance Performance Analysis untuk Analisa Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Tinggi pada Mahasiswa di Cirebon”. Jurnal DIGIT. Cirebon: Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer CIC Cirebon. Vol.09, No.02. Halaman: 167-177.
- [12] Phienenda, Yunita, Dkk. 2018. “Analisa Harapan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Makanan In-Flight Meal Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia”. Jurnal Perhotelan dan Manajemen Jasa. Surabaya: Universitas Kristen Petra Surabaya, Fakultas Ekonomi, Program Manajemen Perhotelan. Vol.06, No.02. Halaman: 308-317.
- [13] Prananda, yandra, dkk. 2019. “Penerapan Metode Service Quality (SERVQUAL) untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan”. Jurnal OPSI. Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Fakultas Teknik Industri, Jurusan Teknik Industri. Vol.12, No.01. Halaman: 01-11.
- [14] Prawira, M. Yudha, dkk. 2019. “Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Persepsi Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Café Coffee Time And Seafood Pematangsiantar”. Jurnal Manajemen. Pematangsiantar: STIE Sultan Agung, Program Studi Manajemen. Vol.05. No.02. Halaman: 48-60.
- [15] Ramadhan, Fhirman, dkk. 2021. “Kualitas Pelayanan Kesehatan Puskesmas Ibnu Kabupaten Bandung”. Jurnal Administrasi Negara. Bandung: Universitas Padjadjaran, Faculty of Social and Political Sciences, Department of Public Administration. Vol.12, No.02. Halaman: 58-63.
- [16] Satria. 2019. “Analisis Sistem Informasi Mengukur Kepuasan Pelayanan Pelanggan dengan Metode SERVQUAL”. Jurnal Kilat. Bekasi: STMIK Bani Saleh, Program Studi Sistem Informasi. Vol.08, No.01. Halaman: 52-64.
- [17] Sipayung, Tuahman, Bobby Syahreza. 2021. “Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO (Studi Kasus Pada Toko TIA Ponsel Di Kota Pematangsiantar)”. Jurnal Ekonomi. Pematangsiantar: Universitas Simalungun, Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen. Vol.03, No.01, Halaman: 01-14.
- [18] Sudirman, Acai, Dkk. 2020. “Kepercayaan Sebagai Pemeditasi Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek”. Jurnal Pemasaran Kompetitif. Banten: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung. Vol.03, No.03. Halaman: 66-76.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.