

Pengukuran Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Servqual Sebagai Strategi Peningkatan Penjualan Pada Toko Omi Arista Mart Jalan Harmonika

Rosanti Rumapea¹, Fati G. N. Larosa², Arina Prima Silalahi³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Methodist Indonesia

Info Artikel

Histori Artikel:

Received, 10 Agustus 2026

Revised, 3 September 2026

Accepted, 25 September 2026

Keywords:

SERVQUAL,
Kepuasan Pelanggan,
Kualitas Pelayanan,
Tingkat Kesesuaian.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan serta mengidentifikasi aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan pada Toko OMI Arista Mart Jl. Harmonika melalui penerapan metode SERVQUAL (Service Quality). Dalam persaingan ritel modern yang semakin ketat, pemahaman terhadap persepsi dan harapan pelanggan menjadi faktor penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan. Metode SERVQUAL digunakan untuk mengukur kesenjangan antara persepsi (perceived service) dan harapan (expected service) pelanggan terhadap lima dimensi utama kualitas pelayanan, yaitu Tangibles (bukti fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), dan Empathy (empati). Pengolahan data dilakukan secara sistematis menggunakan Google Colab dengan bantuan library Python untuk mengolah hasil kuesioner yang diperoleh dari pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata Tingkat Kesesuaian (TK) pelanggan sebesar 81,92%, yang berarti pelayanan Toko OMI Arista Mart telah memenuhi sekitar 81,92% dari ekspektasi pelanggan dan berada pada kategori mendekati harapan. Dimensi Assurance (Jaminan) memperoleh tingkat kesesuaian tertinggi sebesar 84,05% dengan kesenjangan kecil (-0,727), menandakan bahwa pelanggan merasa percaya dan aman terhadap pelayanan yang diberikan. Dimensi Empathy dan Responsiveness juga menunjukkan tingkat kepuasan yang baik, masing-masing sebesar 83,23% dan 83,06%. Namun, dimensi Tangibles (79,77%) dan Reliability (79,72%) memiliki nilai kesesuaian terendah sehingga perlu menjadi prioritas utama dalam perbaikan kualitas layanan. Dengan demikian, penerapan metode SERVQUAL terbukti efektif dalam mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan serta memberikan dasar yang jelas bagi Toko OMI Arista Mart untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mendukung peningkatan penjualan di masa mendatang.

Penulis Koresponden:

Rosanti Rumapea
Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Methodist Indonesia, Medan,
Jl. Hang Tuah No.8, Medan - Sumatera Utara.
Email: rosantirumapea02@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Di era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, khususnya pada sektor ritel, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor strategis yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan suatu usaha. Perkembangan teknologi, kemudahan akses informasi, serta meningkatnya kesadaran konsumen telah mengubah pola perilaku pelanggan dalam menentukan pilihan tempat berbelanja. Konsumen modern tidak lagi hanya mempertimbangkan harga dan kualitas produk semata, tetapi juga menilai pengalaman berbelanja secara keseluruhan, seperti keramahan dan profesionalisme karyawan, kecepatan serta ketepatan

pelayanan, kenyamanan fasilitas, kebersihan lingkungan toko, hingga kejelasan informasi yang diberikan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi elemen penting dalam membentuk persepsi, kepuasan, dan loyalitas pelanggan.

Dalam konteks bisnis ritel, kepuasan pelanggan memiliki peran yang sangat krusial karena berkaitan langsung dengan keberlangsungan usaha. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang, memiliki tingkat toleransi yang lebih tinggi terhadap harga, serta bersedia merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan yang berdampak pada penurunan penjualan dan citra usaha. Oleh karena itu, perusahaan ritel perlu secara konsisten mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu bertahan dan bersaing di tengah dinamika pasar yang terus berkembang [1].

OMI Arista Mart yang berlokasi di Jalan Harmonika merupakan salah satu pelaku usaha ritel yang berupaya mempertahankan dan mengembangkan usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat, baik dengan toko ritel sejenis maupun minimarket modern. Untuk dapat bersaing secara berkelanjutan, OMI Arista Mart perlu memahami secara mendalam kebutuhan, harapan, dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Pemahaman tersebut menjadi dasar penting dalam merancang strategi pelayanan yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus mendorong peningkatan penjualan.

Namun demikian, hingga saat ini OMI Arista Mart belum menerapkan metode evaluasi kualitas pelayanan yang sistematis dan berbasis data. Penilaian terhadap kualitas layanan masih bersifat subjektif dan belum didukung oleh pengukuran yang terstruktur. Kondisi ini berpotensi menyebabkan kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan, yang pada akhirnya dapat menghambat upaya peningkatan kualitas layanan dan kinerja penjualan. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan analitis yang mampu mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara objektif dan komprehensif.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas pelayanan adalah metode Service Quality (Servqual). Metode Servqual menilai kualitas layanan berdasarkan lima dimensi utama, yaitu Tangibles (bukti fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), dan Empathy (empati) [2]–[4]. Metode ini bekerja dengan cara membandingkan antara harapan (expectation) dan persepsi (perception) pelanggan terhadap layanan yang diterima. Selisih antara kedua aspek tersebut menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan serta mengidentifikasi dimensi layanan yang masih perlu diperbaiki [5].

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini menerapkan metode Servqual untuk mengukur dan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di OMI Arista Mart Jalan Harmonika. Hasil analisis diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi kualitas pelayanan yang ada serta menjadi dasar dalam merumuskan strategi peningkatan layanan yang lebih terarah dan berbasis data. Dengan peningkatan kualitas pelayanan yang berkelanjutan, diharapkan OMI Arista Mart dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan penjualan dan daya saing usaha.

2. METODE PENELITIAN

Framework penelitian dalam penelitian ini dirancang untuk menggambarkan secara sistematis seluruh tahapan yang dilakukan agar penelitian berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Kerangka kerja ini mencakup proses mulai dari studi literatur, pengumpulan data, analisa dengan servqual, diakhiri dengan visualisasi hasil analisis. Kerangka kerja pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Framework Penelitian

Penelitian dimulai Peneliti melakukan tahap studi literatur. Tahap studi literatur merupakan kegiatan untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber, dilanjutkan dengan pengumpulan data dimana dilakukan untuk memperoleh seluruh informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan OMI Arista Mart. Rata-rata jumlah pelanggan yang datang setiap hari adalah sekitar 150 orang yang di lanjutkan dengan analisa menggunakan *SERVQUAL*. Diakhiri dengan intrprestasi hasil penelitian,

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Implementasi Metode Servqual

Pada bagian ini dilakukan implementasi metode *SERVQUAL* (Service Quality) untuk menghitung dan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Toko OMI Arista Mart Jl. Harmonika. Implementasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan ekspektasi pelanggan, serta mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang perlu ditingkatkan guna mendukung peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan.

3.1.1 Pengolahan Data

Pada tahap ini dilakukan proses pengolahan data hasil kuesioner yang diperoleh dari responden pelanggan Toko OMI Arista Mart Jl. Harmonika. Pengolahan data bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan benar-benar layak (valid) dan konsisten (reliabel) sebelum dilakukan analisis menggunakan metode *SERVQUAL* (Service Quality) [6]

Proses ini menjadi langkah awal yang sangat penting, karena hasil uji validitas dan reliabilitas akan menentukan apakah data yang dikumpulkan dapat digunakan untuk menganalisis kesenjangan antara harapan (expectation) dan persepsi (perception) pelanggan terhadap kualitas pelayanan[7].

3.1.2 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga instrumen penelitian yang digunakan benar-benar tepat dalam menggambarkan variabel yang diteliti, yaitu tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Toko OMI Arista Mart Jl. Harmonika. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment, yaitu dengan mengkorelasikan skor setiap butir pernyataan dengan total skor dari setiap variabel. Hasil perhitungan korelasi tersebut menghasilkan nilai r_{hitung} yang kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} untuk menentukan apakah item pernyataan tersebut valid atau tidak[8]. Dasar pengambilan keputusan pada uji validitas adalah sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dinyatakan valid.

- Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

Untuk menghitung Nilai Validitas setiap pernyataan pada variabel dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$R_{hitung} = \frac{n(XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Untuk menghitung nilai Validitas pertama kali dilakukan dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1 Hasil Kuisioner Tangible

No	P1X1	P2X1	P3X1	P4X1	P5X1	Total
1	4	4	4	5	4	21
2	4	4	3	3	3	17
3	5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	4	4	23
5	4	2	4	4	4	18
6	5	4	4	5	5	23
7	4	4	4	4	3	19
8	5	5	4	4	5	23
9	5	5	5	4	5	24
10	5	5	5	5	5	25
11	4	3	4	3	4	18
12	3	3	2	4	4	16
13	5	5	5	5	5	25
14	4	5	4	5	5	23
15	4	5	5	5	5	24
16	5	5	4	4	3	21
17	5	4	5	5	5	24
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	4	5	24
20	5	5	4	5	4	23
21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	4	4	4	20
23	3	2	3	4	3	15
24	4	4	4	4	5	21
25	4	3	4	3	4	18
26	4	4	5	4	4	21
27	4	4	4	4	4	20
28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	5	5	5	25

Nilai kuisioner dari pernyataan variabel tangible dan total nilai jawaban responden diambil untuk membuat tabel bantu kedua yang dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2 Hasil Pengolahan Pernyataan 1 Tangible

No	P1X1 (X)	Y	P1X1.Y	P1X1^2	Y^2
1	4	21	84	16	441
2	4	17	68	16	289
3	5	23	115	25	529
4	5	23	115	25	529
5	4	18	72	16	324
6	5	23	115	25	529

7	4	19	76	16	361
8	5	23	115	25	529
9	5	24	120	25	576
10	5	25	125	25	625
11	4	18	72	16	324
12	3	16	48	9	256
13	5	25	125	25	625
14	4	23	92	16	529
15	4	24	96	16	576
16	5	21	105	25	441
17	5	24	120	25	576
18	5	25	125	25	625
19	5	24	120	25	576
20	5	23	115	25	529
21	5	25	125	25	625
22	4	20	80	16	400
23	3	15	45	9	225
24	4	21	84	16	441
25	4	18	72	16	324
26	4	21	84	16	441
27	4	20	80	16	400
28	5	25	125	25	625
29	5	25	125	25	625
30	5	25	125	25	625
Total	134	654	2968	610	14520

Dari hasil tabel bantu 2 di lakukan perhitungan nilai r hitung sesuai dengan rumus r hitung sehingga dihasilkan sebagai berikut [9]:

$$R_{hitung} = \frac{n(XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r_{hitungP1x1} = \frac{30(2968) - (134 * 654)}{\sqrt{[30 * 610 - 134^2] * [30 * 14520 - 654^2]}}$$

$$r_{hitungP1x1} = \frac{1404}{1646,84}$$

$$r_{hitungP1x1} = 0,853$$

Cara yang sama dilakukan untuk setiap variabel sehingga didapatkan hasil untuk r hitung setiap butir pernyataan variabel. Untuk menilai ketentuan validitas digunakan rumus $df = N - 2$ [10]. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang digunakan sebanyak 30 orang pelanggan, sehingga derajat kebebasan (df) diperoleh dari rumus $30 - 2 = 28$. Dari tabel *product momen* dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Sehingga keterangan untuk setiap butir pernyataan pada hasil Uji Validitas dapat dilihat pada Tabel 3

Tabel 3 Uji Validitas

Variabel	No	R Hitung	Nilai R Tabel	Keterangan
Tangible	1	0,853	0.361	Valid
	2	0,861	0.361	Valid
	3	0,846	0.361	Valid
	4	0,728	0.361	Valid
	5	0,784	0.361	Valid
Reliability	6	0,672	0.361	Valid
	7	0,687	0.361	Valid

	8	0,840	0.361	Valid
	8	0,738	0.361	Valid
	10	0,695	0.361	Valid
Responsiveness	11	0,793	0.361	Valid
	12	0,731	0.361	Valid
	13	0,701	0.361	Valid
	14	0,744	0.361	Valid
	15	0,650	0.361	Valid
Assurance	16	0,796	0.361	Valid
	17	0,881	0.361	Valid
	18	0,816	0.361	Valid
	19	0,691	0.361	Valid
	20	0,852	0.361	Valid
Emphaty	21	0,854	0.361	Valid
	22	0,876	0.361	Valid
	23	0,855	0.361	Valid
	24	0,732	0.361	Valid
	25	0,790	0.361	Valid

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh bahwa seluruh nilai r_{hitung} berada di atas nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Karena semua nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

3.1.2 Uji Reabilitas

Setelah seluruh butir pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabil apabila diukur berulang kali dalam kondisi yang sama. Dengan kata lain, reliabilitas mengukur tingkat keajegan atau keandalan suatu alat ukur. Apabila hasil pengukuran tetap relatif sama meskipun dilakukan beberapa kali, maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel [11].

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* (α). Metode ini dipilih karena mampu menunjukkan tingkat konsistensi antar butir pertanyaan dalam satu dimensi yang sama. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh, maka semakin tinggi pula tingkat keandalan instrumen yang digunakan. Kriteria pengujian reliabilitas mengacu pada pedoman umum, yaitu apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) $\geq 0,60$, maka kuesioner dinyatakan reliabel, sedangkan jika $\alpha < 0,60$, maka instrumen dianggap tidak reliabel [9].

Untuk menghitung nilai reabilitas pertama sekali yang dilakukan adalah mencari nilai variance setiap butir pernyataan dari variabel dengan menggunakan rumus sebagai berikut [12] :

$$\sigma_1^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n}$$

4 Untuk mempermudah perhitungan digunakan tabel bantuan reabilitas yang dapat dilihat pada Tabel

Tabel 4 Hasil Pengolahan Variabel Tangibel

No	P1X 1	P2X 1	P3X 1	P4X 1	P5X 1	P1X1 ^2	P2X1 ^2	P3X1 ^2	P4X1 ^2	P5X1 ^2	Sigma X	Sigma X^2
1	4	4	4	5	4	16	16	16	25	16	21	441
2	4	4	3	3	3	16	16	9	9	9	17	289
3	5	5	5	4	4	25	25	25	16	16	23	529
4	5	5	5	4	4	25	25	25	16	16	23	529
5	4	2	4	4	4	16	4	16	16	16	18	324
6	5	4	4	5	5	25	16	16	25	25	23	529
7	4	4	4	4	3	16	16	16	16	9	19	361
8	5	5	4	4	5	25	25	16	16	25	23	529

9	5	5	5	4	5	25	25	25	16	25	24	576
10	5	5	5	5	5	25	25	25	25	25	25	625
11	4	3	4	3	4	16	9	16	9	16	18	324
12	3	3	2	4	4	9	9	4	16	16	16	256
13	5	5	5	5	5	25	25	25	25	25	25	625
14	4	5	4	5	5	16	25	16	25	25	23	529
15	4	5	5	5	5	16	25	25	25	25	24	576
16	5	5	4	4	3	25	25	16	16	9	21	441
17	5	4	5	5	5	25	16	25	25	25	24	576
18	5	5	5	5	5	25	25	25	25	25	25	625
19	5	5	5	4	5	25	25	25	16	25	24	576
20	5	5	4	5	4	25	25	16	25	16	23	529
21	5	5	5	5	5	25	25	25	25	25	25	625
22	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	20	400
23	3	2	3	4	3	9	4	9	16	9	15	225
24	4	4	4	4	5	16	16	16	16	25	21	441
25	4	3	4	3	4	16	9	16	9	16	18	324
26	4	4	5	4	4	16	16	25	16	16	21	441
27	4	4	4	4	4	16	16	16	16	16	20	400
28	5	5	5	5	5	25	25	25	25	25	25	625
29	5	5	5	5	5	25	25	25	25	25	25	625
30	5	5	5	5	5	25	25	25	25	25	25	625
Tot al	134	129	130	130	131	610	579	580	576	587	654	14520

Dari tabel bantuan digunakan untuk menghitung nilai variance pertanyaan 1 variabel tangible sebagai berikut :

$$\sigma_1^2 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_1^2 = \frac{610 - \frac{134^2}{30}}{30}$$

$$\sigma_1^2 = 0,382$$

Perhitungan nilai variance dilakukan dengan cara yang sama pada setiap butir pernyataan variabel tangibel sehingga didapatkan nilai variance yang dapat di lihat pada tabel 5

Tabel 5 Hasil Perhitungan Variance Tangibel

Variance	Hasil
σ_1^2	0,382
σ_2^2	0,810
σ_3^2	0,556
σ_4^2	0,422
σ_5^2	0,499

Setelah mendapatkan nilai variance dari setiap butir pernyataan langkah selanjutnya adalah dengan menghitung total variance butir sehingga didapatkan hasil :

$$\sigma_{b^2} = 0,382 + 0,810 + 0,556 + 0,422 + 0,499 = 2,669$$

Tahapan selanjutnya setelah mendapatkan total variance butir langkah selanjutnya adalah menghitung nilai total variance dengan rumus sebagai berikut :

$$\sigma_T^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

$$\sigma_T^2 = \frac{14520 - \frac{654^2}{30}}{30}$$

$$\sigma_T^2 = 8,760$$

Setelah mendapatkan nilai total variance kemudian dihitung nilai reabilitas dengan rumus sebagai berikut[12] :

$$r_{X1} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_T^2} \right]$$

$$r_{X1} = \left[\frac{5}{5-1} \right] \left[1 - \frac{2,669}{8,760} \right]$$

$$r_{X1} = 0,869$$

Cara yang sama untuk Uji Reliabilitas dilakukan untuk ke lima variabel. Dengan Kriteria pengujian reliabilitas mengacu pada pedoman umum, yaitu apabila nilai Cronbach's Alpha (α) $\geq 0,60$, maka kuesioner dinyatakan reliabel, sedangkan jika $\alpha < 0,60$, maka instrumen dianggap tidak reliabel. Beberapa literatur bahkan menetapkan bahwa nilai $\alpha \geq 0,80$ menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Untuk keterangan setiap nilai reabilitas variabel dapat dilihat pada tabel 6

Tabel 6 Uji Reabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha (α)	Reabilitas
1	Tangible	0,869	Sangat Tinggi
2	Reliability	0,775	Tinggi
3	Responsiveness	0,774	Tinggi
4	Assurance	0,866	Sangat Tinggi
5	Emphaty	0,879	Sangat Tinggi

Dari hasil setiap butir pernyataan yang valid dilanjutkan dengan uji reabilitas setiap variabel yang tinggi dan sangat tinggi dapat disimpulkan bahwa kuisoner valid dan realibel sehingga layak untuk dilanjutkan ke penelitian.

3.2 Perhitungan SERVQUAL

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada 200 responden menggunakan skala Likert. Rekapitulasi hasil kuesioner data persepsi dan ekspektasi responden diperoleh dengan penghitungan total hasil kuisioner berikut [13].

$$Rekap = Respon\ 1 + Respon\ 2 + Respon\ 3 + \dots + Respon\ 200$$

Maka rekapitulasi hasil data *ekspektasi* diperoleh yaitu

$$Ekspektasi_{p1} = 4 + 4 + 5 + \dots + 4$$

$$Ekspektasi_{p1} = 883$$

$$Ekspektasi_{p2} = 4 + 4 + 4 + \dots + 5$$

$$Ekspektasi_{p2} = 917$$

...

$$Ekspektasi_{p25} = 4 + 3 + 4 + \dots + 4$$

$$Ekspektasi_{p25} = 935$$

Selanjutnya rekapitulasi hasil data persepsi diperoleh yaitu

$$Persepsi_{p1} = 4 + 4 + 5 + \dots + 3$$

$$Persepsi_{p1} = 716$$

$$Persepsi_{p2} = 3 + 2 + 4 + \dots + 4$$

$$Persepsi_{p2} = 726$$

...

$$Persepsi_{p25} = 4 + 4 + 3 + \dots + 5$$

$$Persepsi_{p25} = 770$$

Rekapitulasi hasil kuesioner data persepsi dan ekspektasi dapat dilihat pada Tabel 7

Tabel 7 Rekapitulasi Hasil Kuisioner

No	Pernyataan	Rekapitulasi Hasil Data Ekspektasi	Rekapitulasi Hasil Data Persepsi
1	P1	883	716
2	P2	917	726
3	P3	920	722
4	P4	908	740
5	P5	898	702
6	P6	893	618
7	P7	897	738
8	P8	904	736
9	P9	889	741
10	P10	907	746
11	P11	889	708
12	P12	897	752
13	P13	888	725
14	P14	903	764
15	P15	905	772
16	P16	907	760
17	P17	910	772
18	P18	915	766
19	P19	913	753
20	P20	913	778
21	P21	920	768
22	P22	908	781
23	P23	915	742
24	P24	911	757
25	P25	935	770

Penentuan pelayanan yang perlu ditingkatkan dapat dihitung menggunakan metode *Service Quality*. Untuk menghitung servqual langkah pertama yang harus dilakukan adalah menghitung rata-rata nilai persepsi dan ekspektasi[14].

1. Rata- rata nilai ekspektasi dihitung menggunakan perumusan berikut [14]

$$Y_i = \left(\frac{\sum Y_i}{n} \right)$$

$$Y_1 = \left(\frac{883}{200} \right)$$

$$Y_1 = 4,42$$

...

$$Y_{25} = \left(\frac{939}{200} \right)$$

$$Y_{25} = 4,68$$

2. Selanjutnya rata- rata nilai persepsi menggunakan perumusan berikut[14]

$$X_i = \left(\frac{\sum X_i}{n} \right)$$

$$X_1 = \left(\frac{716}{200} \right)$$

$$X_1 = 3.58$$

$$X_2 = \left(\frac{726}{200} \right)$$

$$X_2 = 3.63$$

...

$$X_{25} = \left(\frac{770}{200}\right)$$

$$X_{25} = 3.85$$

3. Selanjutnya perhitungan nilai *Service Quality* (Servqual) menggunakan perumusan berikut [15]

$$Q = P - E$$

$$Q_1 = 3,58 - 4,42$$

$$Q_1 = -0,84$$

$$Q_2 = 3,63 - 4,59$$

$$Q_2 = -0,96$$

...

$$Q_{25} = 3,85 - 4,68$$

$$Q_{24} = -0,83$$

Hasil perhitungan *Service Quality* terhadap setiap pernyataan dapat dilihat pada Tabel 8

Tabel 8 Hasil perhitungan *Service Quality*

No	Pertanyaan	Rata-Rata Persepsi	Rata-Rata Ekspektasi	Servqual
1	P1	3,58	4,42	-0,84
2	P2	3,63	4,59	-0,96
3	P3	3,61	4,60	-0,99
4	P4	3,70	4,54	-0,84
5	P5	3,51	4,49	-0,98
6	P6	3,09	4,47	-1,38
7	P7	3,69	4,49	-0,80
8	P8	3,68	4,52	-0,84
9	P9	3,71	4,45	-0,74
10	P10	3,73	4,54	-0,81
11	P11	3,54	4,45	-0,91
12	P12	3,76	4,49	-0,73
13	P13	3,63	4,44	-0,82
14	P14	3,82	4,52	-0,70
15	P15	3,86	4,53	-0,67
16	P16	3,80	4,54	-0,74
17	P17	3,86	4,55	-0,69
18	P18	3,83	4,58	-0,75
19	P19	3,77	4,57	-0,80
20	P20	3,89	4,57	-0,68
21	P21	3,84	4,60	-0,76
22	P22	3,91	4,54	-0,64
23	P23	3,71	4,58	-0,87
24	P24	3,79	4,56	-0,77
25	P25	3,85	4,68	-0,83

Berdasarkan tabel hasil perhitungan, diketahui bahwa seluruh nilai Servqual (gap) memiliki tanda negatif (-) dengan rentang antara -0,64 hingga -1,38. Artinya, seluruh dimensi pelayanan pada Toko OMI Arista Mart Jl. Harmonika belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan. Pengelompokkan pertanyaan P1-P25 ke dalam lima dimensi SERVQUAL, hasil analisis dapat dilihat pada Tabel 9

Tabel 9 Hasil Analisis

No	Dimensi	Nomor Pertanyaan	Rata-rata Persepsi	Rata-rata Ekspektasi	Servqual (Gap)	Interpretasi
1	Tangibles (Bukti Fisik)	P1-P5	3,61	4,53	-0,92	Pelanggan menilai fasilitas toko,

						kebersihan, dan penataan masih perlu ditingkatkan.
2	Reliability (Keandalan)	P6–P10	3,62	4,53	-0,91	Pelayanan belum sepenuhnya sesuai dengan janji dan ekspektasi pelanggan.
3	Responsiveness (Daya Tanggap)	P11–P15	3,66	4,43	-0,77	Karyawan sudah tanggap, namun masih perlu peningkatan kecepatan dalam merespons pelanggan.
4	Assurance (Jaminan)	P16–P20	3,83	4,56	-0,73	Pelayanan cukup baik, namun pelanggan masih mengharapkan sikap lebih profesional dan sopan.
5	Empathy (Empati)	P21–P25	3,82	4,59	-0,77	Perhatian dan kepedulian individu terhadap pelanggan sudah baik, namun masih perlu dioptimalkan.

Dari hasil tersebut, dimensi dengan nilai gap terbesar (paling negatif) adalah *Tangibles* dan *Reliability*, artinya aspek yang paling perlu diperhatikan adalah fasilitas fisik toko serta konsistensi pelayanan terhadap pelanggan.

Setelah mendapatkan rata-rata Persepsi dan ekspektasi, dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian dengan rumus[14]:

$$TK = \left(\frac{P}{E} \right) \times 100\%$$

$$TK_1 = \left(\frac{3,58}{4,42} \right) \times 100\% = 81,09\%$$

$$TK_2 = \left(\frac{3,63}{4,69} \right) \times 100\% = 79,17\%$$

$$TK_3 = \left(\frac{3,61}{4,60} \right) \times 100\% = 78,48\%$$

$$\vdots$$

$$TK_{25} = \left(\frac{3,85}{4,68} \right) \times 100\% = 82,35\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan Tingkat Kesesuaian (TK) dan pengambilan rata-rata seluruh indikator, diperoleh Rata-Rata $\bar{TK} = 81,92\%$. Nilai ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pelayanan telah memenuhi 81,92% dari ekspektasi pelanggan, sehingga dapat dikategorikan pelayanan yang diberikan belum memuaskan konsumen.

Secara praktis, angka 81,92% menegaskan dua implikasi: (1) prioritas peningkatan perlu difokuskan pada indikator dengan TK terendah dan gap (P–H) paling negatif, terutama aspek yang bersentuhan langsung dengan keandalan proses layanan dan pengalaman pelanggan di titik layanan; (2) indikator dengan TK tertinggi sebaiknya dipertahankan melalui standarisasi prosedur dan monitoring berkala agar kinerja tidak menurun. Dengan demikian, strategi perbaikan yang terarah pada indikator kritis diharapkan dapat mendorong kenaikan $\bar{TK}$ mendekati $\geq 100\%$, sekaligus meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan metode Servqual dalam menganalisis kepuasan pelanggan untuk meningkatkan penjualan pada Toko OMI Arista Mart Jalan Harmonika telah berhasil diterapkan dengan membandingkan nilai persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata tingkat kesesuaian (TK) yang diperoleh sebesar 81,92%, yang mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan masih belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan dan perlu ditingkatkan. Lebih lanjut, hasil pengukuran menggunakan metode Servqual menunjukkan bahwa dimensi Assurance (jaminan) memiliki tingkat kesesuaian tertinggi, yaitu sebesar 84,05% dengan nilai kesenjangan yang relatif kecil sebesar -0,727, sehingga dapat dikatakan bahwa aspek jaminan pelayanan telah dirasakan cukup baik oleh pelanggan. Selanjutnya, dimensi Empathy dan Responsiveness juga menunjukkan tingkat kesesuaian yang cukup tinggi masing-masing sebesar 83,23% dan 83,06%. Namun demikian, dimensi Tangibles dan Reliability memiliki tingkat kesesuaian terendah, yaitu masing-masing sebesar 79,77% dan 79,72%, sehingga kedua dimensi tersebut menjadi prioritas utama yang perlu mendapatkan perhatian dan perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan serta mendukung peningkatan penjualan di Toko OMI Arista Mart.

REFERENSI

- [1] R. S. Septiyani, S. R. Feriaty, and B. C. Maulidani, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT X dengan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual)," vol. 5, pp. 1752–1771, 2025.
- [2] Erika, N. C. Rizani, and D. G. Saragih, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan J & T Express Saribudolok Dengan Metode Servqual," *Presisi*, vol. 26, no. 1, pp. 44–49, 2024.
- [3] J. S. Lingga, J. F. Naibaho, and A. P. Silalahi, "Evaluasi Kualitas Layanan Goseh Di Kabanjahe Menggunakan Metode Servqual Untuk Optimalisasi Transportasi Online," vol. 5, no. 2, pp. 99–106, 2025.
- [4] H. P. S. Hutasoit, F. Gratianus, and A. P. Silalahi, "Perancangan Sistem Penilaian Kepuasan Pelanggan pada PT . Pasifik Satelit Nusantara Cabang Medan Menggunakan Metode SERVQUAL," vol. 3, no. 1, pp. 111–122, 2023.
- [5] Amelia Stefany, Abertun Sagit Sahay, and Jadianan Parhusip, "Evaluasi Kualitas Layanan Sistem Informasi Unggul dan Berkarakter (SI-UBER) Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Metode Servqual," *Pros. Semin. Nas. KONSTELASI*, vol. 2, no. 1, pp. 32–42, 2025, doi: 10.24002/prosidingkonstelasi.v2i1.11123.
- [6] A. Akhriana, A. Irmayanaah, N. S. Layuk, and Irmawati, "Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan Universitas Dipa Makassar Menggunakan Metode Servqual," *J. Sist. Inf. Dan Teknol. Inf.*, vol. 13, no. 1, pp. 34–49, 2024.
- [7] W. Esi Rosita, "Uji validitas dan reliabilitas kuesioner perilaku prososial," vol. 4, no. 4, pp. 279–284, 2021.
- [8] E. Widawati and Siswohadi, "Analisis Tentang Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademik Dan Pelayanan Administrasi," *J. Mitra Manaj.*, vol. 4, no. 10, pp. 1500–1513, 2020, doi: 10.52160/ejmm.v4i10.478.
- [9] E. S. Ningsih, F. S. Fatimah, R. J. Sarwadhamana, and E. Sulistyaningsih, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuesioner Manajemen Talenta," vol. 4, no. 2, pp. 4–7, 2021.
- [10] Y. Utami and P. M. Rasmanna, "Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen," vol. 4, no. 2, pp. 21–24, 2023.
- [11] A. W. Sugiono, Noerdjanah, "Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation," pp. 55–61, 2020.
- [12] A. P. Nanda, D. E. H. Pramono, and S. Hartati, "Menentukan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademik Menggunakan Metode Algoritma K-Means," *J. Sist. Inf. dan Telemat.*, vol. 11, no. 1, pp. 23–28, 2020.
- [13] N. Supiana, B. B. Rahardjo, S. Muliani, B. T. Abdiani, and J. Niswa, "Evaluasi Mutu Pelayanan Kesehatan di Puskesmas UPT Labuapi Menggunakan Metode SERVQUAL," vol. 5, pp. 322–334, 2025.
- [14] I. Sundari and E. L. Hadisaputro, "Implementasi Servqual dan Importance Performance Analysis Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Shopee Indonesia," *J. Sos. Teknol.*, vol. 2, no. 4, pp. 330–341, 2022, doi: 10.59188/jurnalsostech.v2i4.323.
- [15] M. M. Azdim, D. Suh, and D. Widada, "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE SERVQUAL DAN KANO MODEL (STUDI KASUS : BENGKEL BINTANG MOTOR TENGGARONG) ANALYSIS OF SERVICE QUALITY WITH SERVQUAL AND KANO MODEL (CASE STUDY : BINTANG MOTOR WORKSHOP TENGGARONG) Received : kepercayaan dan loy," vol. 08, no. 01, pp. 153–163, 2025.