

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI JONAS PHOTO  
MENGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE*  
*PERFORMANCE ANALYSIS***

**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk memenuhi syarat Ujian Sidang Sarjana  
Program Studi Teknik Industri

Oleh :

**Panji Purwanto**

NPM. 2111201038



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP  
BANDUNG  
2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI JONAS PHOTO  
MENGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE*  
*PERFORMANCE ANALYSIS*

NAMA : Panji Purwanto

NPM : 2111201038

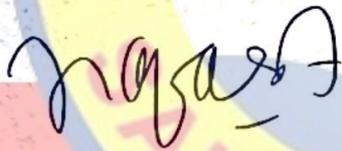
Bandung, Januari 2025

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing



Ir. Nurwathi, MT

Penguji 1



Dr. Inayati Nasrudin, BSBA., MT

Penguji 2



Dr. Djoko Pitoyo., ST., MS.c

Menyetujui,

Ketua Prodi Teknik Industri USB YPKP



Ir. Nurwathi, MT

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Panji Purwanto  
NPM : 2111201038  
Program Studi : Teknik Industri  
Email : [panjicfhc@gmail.com](mailto:panjicfhc@gmail.com)

Menyatakan bahwa judul Analisis Kualitas Pelayanan Di JONAS Photo Menggunakan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis*. Naskah asli karya sendiri bukan merupakan plagiat baik sebagian maupun seluruhnya dan belum pernah dipublikasikan di media manapun. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dan sanksi lainnya sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini, saya tulis sebagai bentuk tanggung jawab atas karya tulis yang saya buat.

Bandung, Januari 2025

Pembuat Pernyataan,



**Panji Purwanto**  
NPM.2111201038

## ABSTRAK

Bisnis jasa fotografi sudah berkembang menjadi sangat pesat dengan semakin banyaknya penyedia jasa fotografi yang menawarkan jasa mereka dalam berbagai bidang, termasuk fotografi pernikahan dan pemodelan foto, yang berkontribusi pada peningkatan industri ini. Industri fotografi mengalami pertumbuhan yang luar biasa seiring dengan perluasan dunia digital, menurut salah satu media online. Peluang dapat muncul dengan sendirinya dalam bentuk permintaan yang kuat untuk layanan fotografi. Sebagai hasilnya, dapat ditemukan sejumlah fotografer di lokasi perkotaan dan pedesaan. JONAS Photo hadir sebagai perusahaan yang menawarkan produknya yang berupa jasa (jasa pemotretan) dan barang (hasil foto).

JONAS Photo mengalami penurunan minat konsumen dari tahun 2021 hingga 2023. Minat konsumen pada tahun 2023 menjadi yang paling sedikit. Begitu juga jumlah order JONAS Photo dari 3 tahun terakhir mengalami penurunan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan di JONAS Photo dengan menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Metode *SERVQUAL* digunakan untuk mengukur persepsi dan harapan terhadap kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi: *reliability* (kehandalan), *empathy* (empati), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *tangibles* (bukti fisik). Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan untuk mengidentifikasi atribut – atribut yang perlu diperbaiki berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja saat ini. Penelitian ini melibatkan 125 responden yang terdiri dari pelanggan JONAS Photo Jalan Banda No. 38, Bandung.

Hasil analisis menunjukkan nilai *SERVQUAL* pada pelayanan di JONAS Photo yaitu pada dimensi *reliability* (kehandalan) sebesar 0,868, *empathy* (empati) sebesar 0,895, *responsiveness* (daya tanggap) sebesar 0,912, *assurance* (jaminan) sebesar 0,929, dan *tangibles* (bukti fisik) sebesar 0,915. Metode *IPA* menunjukkan atribut yang perlu diperbaiki fokus utama pada perbaikan ada pada kuadran I pelayanan di JONAS Photo yaitu dalam memproses komplain pelanggan dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain – lain. Usulan inovasi yang dapat dilakukan JONAS Photo yaitu dengan mengadakan paket *photo studio* ke rumah pelanggan dan *photo studio* dengan menyediakan pakaian adat dari daerah daerah yang ada di Indonesia.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Metode *Service Quality*, Metode *Importance Performance Analysis*

## ABSTRACT

*The photography service business has grown significantly, with an increasing number of providers offering their services in various fields, including wedding photography and photo modeling, contributing to the industry's growth. The photography industry has experienced remarkable development in line with the expansion of the digital world, according to an online media source. Opportunities arise naturally in the form of strong demand for photography services. As a result, numerous photographers can be found in both urban and rural areas.*

*JONAS Photo is a company offering products in the form of services (photography services) and goods (photo results). However, JONAS Photo has experienced a decline in consumer interest from 2021 to 2023, with the lowest consumer interest recorded in 2023. Similarly, the number of orders for JONAS Photo over the last three years has also declined. This study aims to analyze the service quality of JONAS Photo using the Service Quality (SERVQUAL) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. The SERVQUAL method is used to measure perceptions and expectations of service quality based on five dimensions: reliability, empathy, responsiveness, assurance, and tangibles. The Importance Performance Analysis (IPA) method is applied to identify attributes that need improvement based on their importance and current performance levels. The study involved 125 respondents who are customers of JONAS Photo located at Jalan Banda No. 38, Bandung.*

*The analysis results show the SERVQUAL scores for JONAS Photo's services as follows: reliability at 0.868, empathy at 0.895, responsiveness at 0.912, assurance at 0.929, and tangibles at 0.915. The IPA method indicates that attributes requiring primary improvement focus on Quadrant I, particularly in addressing customer complaints quickly in cases of delayed order completion, defective products, photo editing errors, and more. Proposed innovations for JONAS Photo include offering home-based studio photography packages and studio photography services that provide traditional attire from various regions in Indonesia.*

*Keywords: Service quality Method, Importance Performance Analysis method*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan mata kuliah Tugas Akhir dengan judul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI JONAS PHOTO MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*". Penulis berharap bahwa hasil dari Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang terlibat, termasuk Universitas, perusahaan, serta penulis dan para pembaca.

Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu dan Ayah selaku orang tua tercinta, yang selalu memberi dukungan, juga semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Ir. Nurwathi, M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Sangga Buana YPKP Bandung serta selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
3. JONAS Photo selaku perusahaan yang telah mengizinkan dan memfasilitasi dalam pembuatan Tugas Akhir.
4. Bapak Chandra Harry Lesmana selaku *supervisor* divisi produksi JONAS Photo yang sudah memberikan kesempatan untuk dapat mengambil data-data dalam pembuatan Tugas Akhir di JONAS Photo.
5. Seluruh karyawan JONAS Photo yang telah membantu penulis dalam melaksanakan penelitian Tugas Akhir.
6. Rekan-rekan Angkatan 2020 Teknik Industri Universitas Sangga Buana YPKP Bandung yang senantiasa memberikan dukungan.
7. Widya Chairunnisa selaku orang terdekat yang selalu mendukung, memberi semangat dan juga selalu menemani penulis dalam keadaan apapun.

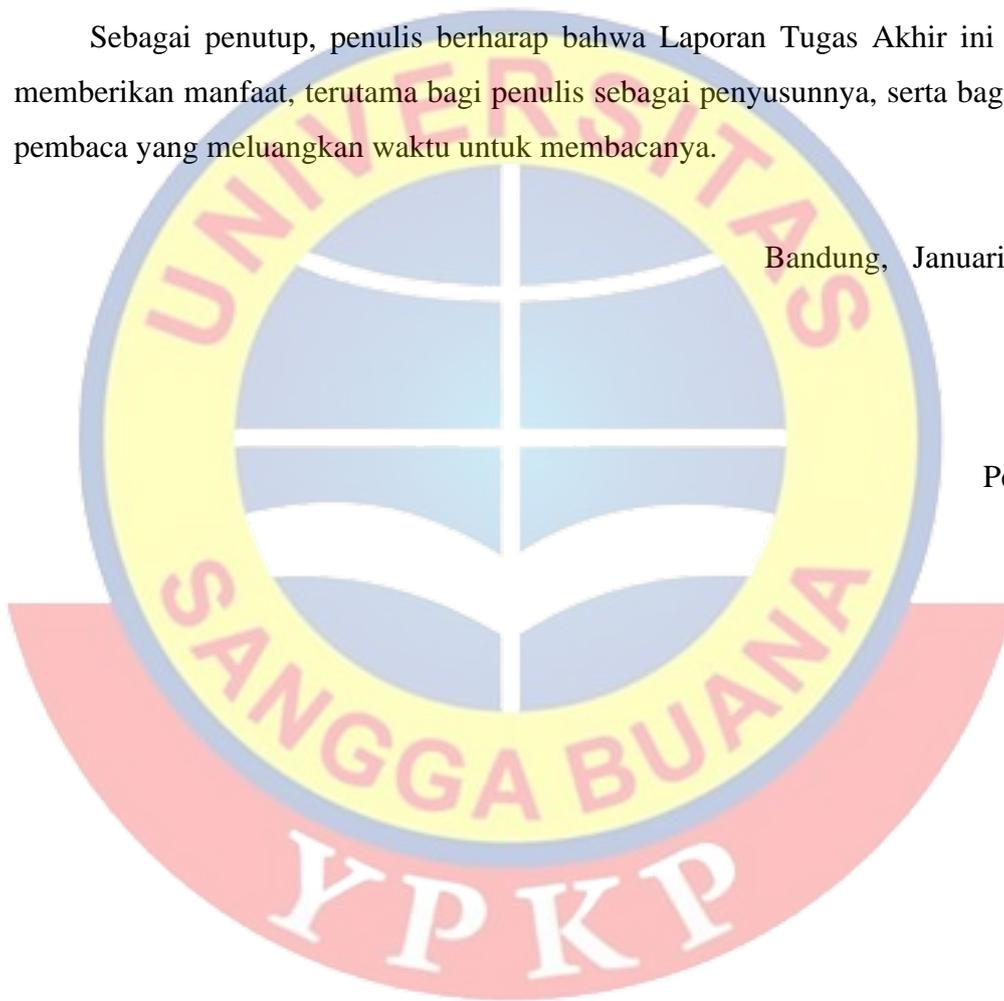
8. Serta seluruh pihak terkait yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terimakasih.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan, mengingat keterbatasan yang ada. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik yang membangun untuk menyempurnakan laporan ini.

Sebagai penutup, penulis berharap bahwa Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, terutama bagi penulis sebagai penyusunnya, serta bagi para pembaca yang meluangkan waktu untuk membacanya.

Bandung, Januari 2025

Penulis



## DAFTAR ISI

	Hal.
ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Pembatasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Kegunaan .....	6
1.6 Sistematika Penulisan .....	7
BAB II LANDASAN TEORI .....	9
2.1 Bisnis .....	9
2.2 Fotografi .....	9
2.3 Kualitas Pelayanan .....	10
2.4 Metode <i>Servqual (Service Quality)</i> .....	12
2.5 Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	14
2.6 Kepuasan Pelanggan .....	17
2.7 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	18
2.7.1 Uji Validitas .....	18
2.7.2 Uji Reliabilitas .....	20
2.8 Penelitian Terdahulu .....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	33
3.1 Operasional Variabel .....	33
3.2 Teknik Pemecahan Masalah .....	35
3.3 Penjelasan Penelitian .....	36
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....	44
4.1 Pengumpulan Data .....	44
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	44

4.1.2	Produk Perusahaan.....	45
4.2	Data Kuesioner .....	53
4.3	Pengolahan Data.....	56
4.5.1	Uji Validitas.....	56
4.5.2	Uji Reliabilitas .....	64
4.5.3	Perhitungan <i>Service Quality (Servqual)</i> .....	66
4.5.4	<i>Importance Performance Analysis</i> .....	71
4.5.5	Data responden .....	74
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....		75
5.1	Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas .....	75
5.2	Analisis <i>Gap</i> Butir Atribut .....	75
5.4	Analisis Perhitungan <i>Service Quality (Servqual)</i> .....	79
5.5	Analisis <i>Importance performace analysis (IPA)</i> .....	80
5.6	Analisis Data Responden.....	83
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		84
6.1	Kesimpulan.....	84
6.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA .....		86
LAMPIRAN		

## DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1. 1 Produk JONAS Photo.....	2
Gambar 1. 2 Pilihan Photo Studio JONAS Photo .....	3
Gambar 1. 3 Grafik ketertarikan konsumen .....	3
Gambar 1. 4 Grafik jumlah order .....	4
Gambar 1. 5 Penilaian Pelanggan JONAS Photo.....	4
Gambar 1. 6 Penilaian Pelanggan Tokopedia JONAS Photo .....	5
Gambar 2. 1 Kuadran Importance Performance Analysis .....	17
Gambar 3. 1 Flowchart Pemecahan Masalah .....	35
Gambar 3. 2 Flowchart Pengolahan Data .....	38
Gambar 3. 3 Kuadran IPA.....	43
Gambar 4. 1 Produk JONAS Photo.....	45
Gambar 4. 2 Produk Photo Studio JONAS Photo.....	46
Gambar 4. 3 Photo Studio Kids Photo .....	46
Gambar 4. 4 Photo Studio Teens 'N Casual .....	47
Gambar 4. 5 Photo Studio Pre-Wedding.....	48
Gambar 4. 6 Photo Studio Graduation .....	49
Gambar 4. 7 Photo Studio Family .....	49
Gambar 4. 8 Photo Studio Group Photo .....	50
Gambar 4. 9 Photo Studio Pas Photo .....	51
Gambar 4. 10 Photo Print.....	52
Gambar 4. 11 Produk Frame .....	52
Gambar 4. 12 Produk Art Print .....	53
Gambar 4. 13 Grafik Jenis Kelamin Responden.....	55
Gambar 4. 14 Grafik Umur Responden .....	55
Gambar 4. 15 Kuadran IPA.....	74

## DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3. 2 Uji Validitas .....	39
Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas .....	40
Tabel 4. 1 Data Hasil Kuesioner .....	54
Tabel 4. 2 Nilai rtabel.....	56
Tabel 4. 3 Output Uji Validitas Kenyataan.....	59
Tabel 4. 4 Uji Validitas Kenyataan .....	60
Tabel 4. 5 Output Uji Validitas Harapan .....	62
Tabel 4. 6 Uji Validitas Harapan .....	63
Tabel 4. 7 Output Uji Reliabilitas Kenyataan .....	65
Tabel 4. 8 Output Uji Reliabilitas Harapan.....	65
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Kenyataan dan Harapan.....	65
Tabel 4. 10 Nilai Gap Reliability .....	66
Tabel 4. 11 Nilai Gap Emphaty.....	67
Tabel 4. 12 Nilai Gap Responsiveness.....	68
Tabel 4. 13 Nilai Gap Tangible.....	69
Tabel 4. 14 Nilai Gap Assurance .....	69
Tabel 4. 15 Nilai Gap Keseluruhan.....	70
Tabel 4. 16 Nilai Kualitas Pelayanan.....	71
Tabel 4. 17 Kuadran IPA .....	72

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Persaingan pasar lokal dan internasional semakin memanas. Inilah sebabnya mengapa banyak bisnis ingin mengalahkan satu sama lain dalam hal layanan pelanggan dalam perlombaan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Sebuah perusahaan harus lebih baik dari para pesaingnya karena jumlah mereka lebih banyak. Ekspektasi layanan konsumen meningkat sebagai akibat dari persaingan yang semakin ketat [1].

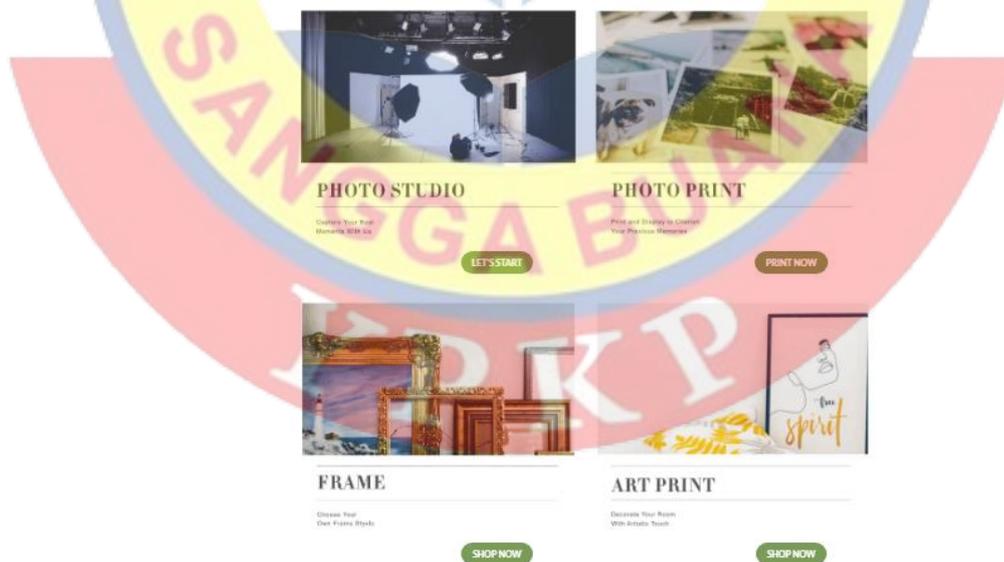
Layanan adalah setiap tindakan atau serangkaian tindakan yang dilakukan oleh satu pihak atau lebih untuk membangun atau mempertahankan hubungan dengan pihak lain, dengan tujuan akhir untuk memuaskan pihak kedua dengan produk atau layanan yang ditawarkan [2].

Dalam industri jasa, fasilitas adalah pertimbangan yang sama pentingnya setelah layanan. Agar perusahaan dapat bertahan dalam bisnis, menarik pelanggan, dan memenangkan persaingan, mereka harus secara konsisten memberikan layanan berkualitas tinggi dan fasilitas pendukung yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, atau setidaknya sesuai dengan harga yang mereka bayarkan. Hal ini karena fasilitas fisik merupakan indikator yang baik untuk kualitas layanan dan terkait erat dengan bagaimana pelanggan memandang sebuah perusahaan [2].

Ika Devi Widyaningrum (2020) "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Hotel Luminor Mangga Besar, Jakarta Barat" menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Tingkat loyalitas klien berkorelasi kuat dengan tingkat kepuasan pelanggan. [3]. "Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tri Jay's Salon dan Spa di Singaraja" oleh G. Widyastana J. dan N.N. Yulianthini (2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar

94,1%, sedangkan faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini menyumbang 5,9% sisanya [4].

Dalam hal ini, penulis memfokuskan pada bisnis jasa fotografi. Bisnis jasa fotografi sudah berkembang menjadi sangat pesat dengan semakin banyak nya penyedia jasa fotografi yang menawarkan jasa mereka dalam berbagai bidang, termasuk fotografi pernikahan dan pemodelan foto, yang berkontribusi pada peningkatan industri ini. Industri fotografi mengalami pertumbuhan yang luar biasa seiring dengan perluasan dunia digital, menurut salah satu media online. Peluang dapat muncul dengan sendirinya dalam bentuk permintaan yang kuat untuk layanan fotografi. Sebagai hasilnya, Anda dapat menemukan sejumlah fotografer di lokasi perkotaan dan pedesaan [5]. Salah satu dari sekian banyak alasan orang mengeluarkan uang untuk pemotretan adalah agar mereka dapat mengenang peristiwa-peristiwa penting dalam hidup mereka, seperti ulang tahun, hari jadi, foto bersama, dan masih banyak lagi. JONAS Photo hadir sebagai perusahaan yang menawarkan produknya yang berupa jasa (jasa pemotretan) dan barang (hasil foto). Berikut beberapa produk dari JONAS Photo :

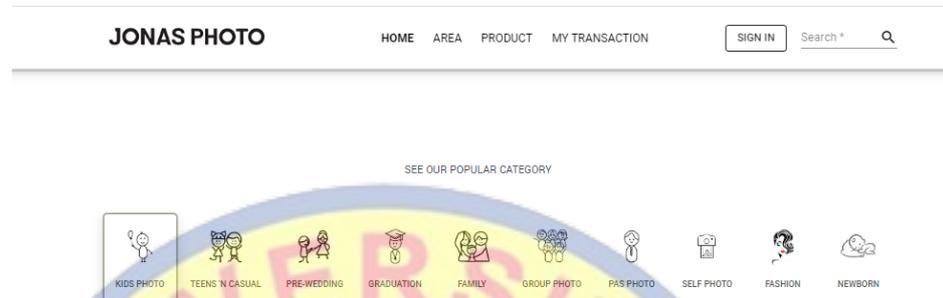


Gambar 1. 1 Produk JONAS Photo

(Sumber : JONAS Photo, 2023)

### 1. *Photo Studio*

Produk *photo studio* di JONAS Photo tersedia untuk beberapa pilihan seperti, *Kids Photo*, *Casual*, *Pre Wedding*, *Graduation*, *Family*, *Group Photo*, *Pas Photo*, *Self Photo*, *Fashion*, dan *Newborn*.



Gambar 1. 2 Pilihan *Photo Studio* JONAS Photo  
(Sumber : JONAS Photo, 2023)

### 2. *Photo Print*

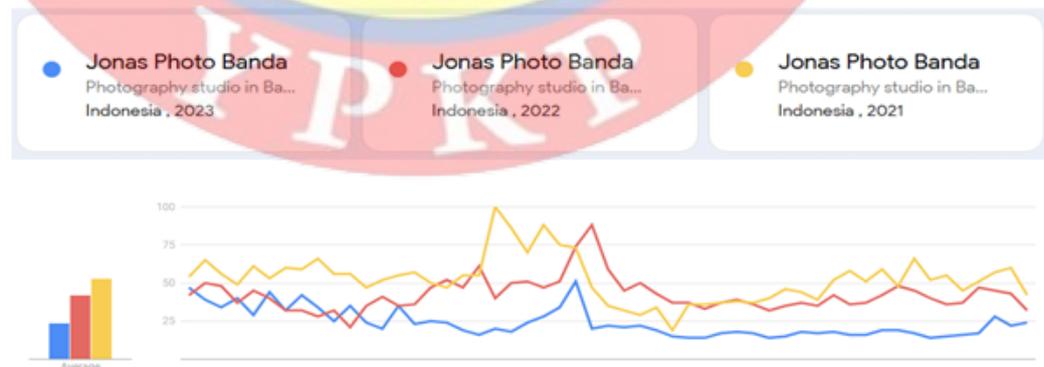
JONAS Photo juga menyediakan jasa untuk photo print atau cetak foto yang tersedia untuk berbagai macam ukuran sesuai permintaan konsumen.

### 3. *Frame*

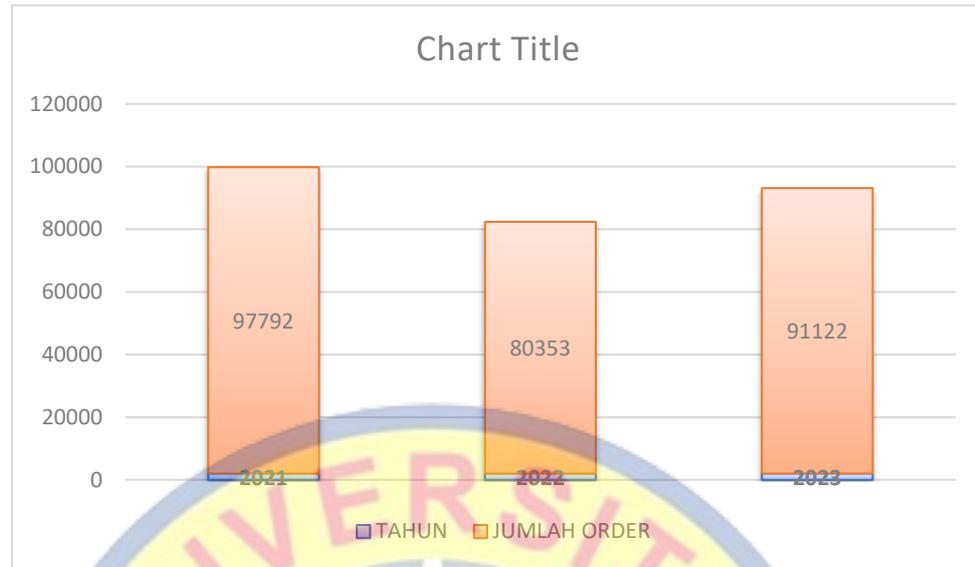
JONAS Photo menyediakan produk frame foto yang tersedia mulai dari ukuran kecil hingga ukuran besar.

### 4. *Art Print*

Selain menyediakan jasa cetak photo, JONAS Photo juga menyediakan produk *art print* yang tersedia untuk bermacam macam ukuran.



Gambar 1. 3 Grafik ketertarikan konsumen  
(Sumber: *Google trends*, 2024)



Gambar 1. 4 Grafik jumlah *order*

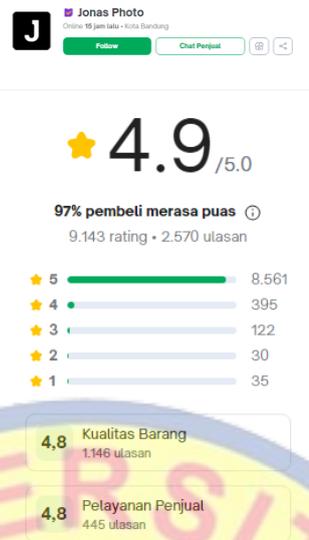
(Sumber: JONAS Photo, 2023)

Dilihat dari gambar 1.3 yaitu grafik yang menunjukkan minat konsumen JONAS Photo dalam 3 tahun terakhir, JONAS Photo mengalami penurunan minat konsumen dari tahun 2021 hingga 2023. Minat konsumen pada tahun 2023 menjadi yang paling sedikit. Begitu juga pada gambar 1.4 yang menunjukkan jumlah order JONAS Photo dari 3 tahun terakhir mengalami penurunan yaitu pada tahun 2022 jumlah order JONAS Photo sebanyak 80353 order, lebih kecil dari tahun 2021 yaitu sebanyak 97792 order. Pada tahun 2023 jumlah order JONAS Photo sebanyak 91192. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah order JONAS Photo pada tahun 2023 mengalami penurunan dibandingkan dengan jumlah order pada tahun 2021.



Gambar 1. 5 Penilaian Pelanggan JONAS Photo

(Sumber: JONAS Photo *Official Shop* Shopee, 2024)



Gambar 1. 6 Penilaian Pelanggan Tokopedia JONAS Photo

(Sumber: JONAS Photo *Official Shop* Tokopedia, 2024)

Dilihat dari gambar 1.5 dan gambar 1.6, dilakukan survey pada toko online JONAS Photo yaitu pada aplikasi Shopee dan Tokopedia, JONAS Photo mendapatkan skor penilaian pelanggan 4,9 dari 5 yaitu pada Shopee sebanyak 22200 orang memberikan nilai bintang 5 dan pada Tokopedia sebanyak 8561 orang memberikan nilai bintang 5 untuk JONAS Photo. Namun baik pada Shopee dan juga Tokopedia, masih ada orang yang memberikan nilai bintang 1 untuk JONAS Photo yaitu 65 orang pada Shopee dan 35 orang pada Tokopedia.

Berdasarkan masalah yang sudah diuraikan diatas, penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian tentang “**Analisis Kualitas Pelayanan Di JONAS Photo Menggunakan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis.**” Untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan di JONAS Photo, pelayanan yang perlu ditingkatkan dan memberikan usulan inovasi yang dapat dilakukan oleh JONAS Photo guna membuat bisnis di bidang fotografi menjadi lebih berkembang. Sebagaimana dengan salah satu misi dari JONAS Photo yaitu memberikan pelayanan lengkap dan memuaskan di bidang fotografi dengan konsep “*one stop service photography shop*”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun perumusan masalah yang dimasukkan kedalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan di JONAS Photo pada tahun 2023?
2. Bagaimana perbaikan kualitas pelayanan yang perlu dilakukan oleh JONAS Photo?
3. Bagaimana usulan inovasi pelayanan yang dapat dilakukan oleh JONAS Photo?

## 1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini difokuskan untuk menyelesaikan perumusan masalah oleh karena itu penulis membatasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Responden yang diambil adalah orang yang pernah bertransaksi di JONAS Photo Jalan Banda No.38 setahun terakhir.
2. Penelitian dilakukan hanya berdasarkan jumlah order. Yang dimaksud order disini adalah order cetakan photo dan photo studio.
3. Pengambilan data responden menggunakan *Google Form*.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah tersebut, adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di JONAS Photo.
2. Untuk memberikan usulan perbaikan guna mengevaluasi pelayanan di JONAS Photo .
3. Untuk memberikan usulan inovasi pelayanan yang dapat dilakukan JONAS Photo guna meningkatkan kualitas pelayanannya.

## 1.5 Kegunaan

Manfaat yang didapat penelitian ini, yaitu :

1. Memberikan informasi seberapa besar kualitas pelayanan di JONAS Photo.
2. Dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan analisis terhadap kepuasan pelanggan di JONAS Photo.

3. Digunakan sebagai dasar bagi perusahaan untuk melakukan perbaikan, terutama yang terkait dengan kualitas pelayanan di JONAS Photo.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Berisikan tentang isi bab penelitian yang dapat dipahami secara singkat dan jelas. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan dan sistematika penulisan.

### **BAB II Landasan Teori**

Bab ini berisikan mengenai uraian teori studi pustaka sebagai referensi bagi penulis dalam menyelesaikan permasalahan yang akan dibahas dan penelitian terdahulu yang saling berhubungan sebagai dukungan penelitian penulis.

### **BAB III Metodologi Penelitian**

Bab ini menjabarkan langkah-langkah yang terlibat dalam melakukan penelitian, yang meliputi membuat pertanyaan penelitian, mengidentifikasi masalah, dan kemudian menemukan solusinya.

### **BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Langkah-langkah dari pengumpulan data hingga pemrosesan data dirinci dalam bab ini. Di sini, data yang ditampilkan adalah produk akhir dari analisis data kuesioner, yang kemudian berfungsi sebagai tolak ukur untuk meningkatkan layanan JONAS Photo demi memastikan kepuasan pelanggan.

### **BAB V Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini, membahas hasil pengolahan data sebelumnya dan memberikan penjelasan rinci tentang bagaimana hasil tersebut disesuaikan agar sesuai dengan tujuan penelitian. Pada akhirnya, akan dapat

menggunakan hasil tersebut untuk meningkatkan layanan kami sesuai dengan preferensi pelanggan dan menarik beberapa kesimpulan dan saran.

## **BAB VI Kesimpulan dan Saran**

Temuan dan interpretasi dari penelitian ini disajikan dalam bab ini. Temuan-temuan tersebut mencakup gambaran umum desain penelitian dan hasil studi kasus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, rekomendasi dibuat untuk perbaikan atau peningkatan layanan untuk memastikan kepuasan pelanggan.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Bisnis**

Menghasilkan keuntungan adalah tujuan utama setiap bisnis. Setiap orang yang terlibat dalam usaha komersial melakukannya dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Mengambil keuntungan finansial tidak pernah menjadi tujuan setiap pemilik perusahaan. Perusahaan ada untuk memenuhi permintaan konsumen akan berbagai produk dan layanan. Untuk menjalankan bisnis, setiap perusahaan berurusan dengan pelanggan. Perusahaanlah yang membuat orang-orang tersebut membayar harganya. Untuk mencapai tujuan bersama dan pendapatan maksimum, para manajer dari berbagai bidang fungsional harus bekerja sama, yang dikenal sebagai kolaborasi lintas fungsi dalam bisnis [6].

Setiap usaha yang melibatkan penyediaan layanan, pertukaran komoditas, atau pemrosesan bahan mentah menjadi produk jadi dianggap sebagai bisnis. Pembiayaan, seperti yang digunakan di sini, mengacu pada uang aktif dan pasif yang disediakan oleh lembaga keuangan kepada klien mereka. Pada saat yang sama, bisnis menyediakan barang dan jasa kepada pelanggan dalam upaya untuk menghasilkan keuntungan. Menjalankan sebuah perusahaan memerlukan banyak sekali tugas yang dapat dilakukan oleh individu dan organisasi untuk memanfaatkan sumber daya yang mereka miliki, memenuhi kebutuhan dasar, dan meningkatkan standar hidup melalui produksi produk dan layanan [6].

#### **2.2 Fotografi**

Fotografi berasal dari bahasa Yunani, yaitu dari istilah photo dan graphos. Dalam bahasa Yunani, graphos berarti "lukisan" atau "tulisan", sedangkan istilah "foto" berkonotasi dengan cahaya. Lukisan atau tulisan cahaya adalah hasil penggabungan kedua istilah tersebut. Memotret adalah upaya manusia untuk mengingat masa lalu. Ada dua peristiwa utama yang menandai awal mula fotografi: penemuan kamera dan peningkatan media

perekaman fotografi. Proses pengambilan satu gambar membutuhkan waktu delapan jam ketika pertama kali ditemukan pada tahun 1826. Berbeda dengan saat ini, ketika inovasi dalam teknologi memunculkan kamera digital, yang memicu revolusi fotografi. Kamera digital telah membawa transformasi yang sebelumnya tidak terbayangkan dalam fotografi, namun teknik dasar untuk mengubah cahaya menjadi foto tetap tidak berubah. Penemuan fotografi sebagai ilmu pengetahuan telah memungkinkan banyak penggunanya untuk menikmati dan mendapatkan manfaat dari produk-produknya. Baik untuk kebutuhan penyimpanan catatan kita sendiri maupun untuk kebaikan bersama, yang merupakan aspek integral dari kehidupan kita sehari-hari [7].

### **2.3 Kualitas Pelayanan**

Salah satu definisi layanan adalah setiap tindakan atau serangkaian tindakan yang dilakukan oleh satu pihak atau lebih untuk membangun atau mempertahankan hubungan dengan pihak lain, dengan tujuan akhir untuk memuaskan pihak kedua dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Prinsip yang mendasari layanan adalah bahwa berbagai komponen atau kelompok orang memiliki tuntutan dan hubungan yang beragam, dan sebagai hasilnya, tugas dan kewajiban yang berbeda terkait dengan masing-masing. Semua aspek layanan, termasuk orang-orang yang menyediakannya, infrastruktur yang mendukungnya, metode operasi, dan pola pikir penyedia dan penerima layanan, merupakan pertimbangan penting. Ketika barang, jasa, orang, dan prosedur memenuhi atau melampaui harapan, kami mengatakan bahwa mereka berkualitas tinggi. Setiap tindakan atau keuntungan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain yang sebagian besar tidak berwujud dan tidak selalu mengarah pada kepemilikan sesuatu dianggap sebagai layanan [2].

Produk, layanan, orang, proses, dan lingkungan semuanya berkontribusi pada apa yang dikenal sebagai kualitas, yang merupakan keadaan yang selalu berubah. Barang atau jasa tidak berwujud adalah barang atau jasa yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain; tidak perlu mengarah pada pemindahan kepemilikan fisik [2].

Kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat dimana memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam kaitannya dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka untuk ketepatan dan kelengkapan layanan yang diberikan. Kualitas pelayanan didefinisikan oleh Wyekof dalam Fandy Tjiptono sebagai tingkat dimana perusahaan memenuhi harapan pelanggannya dan mempertahankan kendali atas tingkat tersebut untuk memenuhi keinginan mereka. Sementara itu, kualitas jasa didefinisikan oleh Fandy Tjiptono sebagai tingkat dimana jasa memenuhi atau melebihi ekspektasi klien. Persepsi pelanggan, barang atau jasa, dan prosedur adalah tiga prinsip utama kualitas yang harus saling mendukung. Model SERVQUAL, yang diciptakan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry, merupakan salah satu metode untuk menilai kualitas layanan yang sering digunakan dalam studi pemasaran. Perbandingan dua elemen utama membentuk fondasi Servqual. Salah satu faktor ini adalah layanan yang diantisipasi aktual seperti yang dirasakan oleh klien. Pada dasarnya, jenis layanan yang dibutuhkan bisnis untuk menyediakan kliennya identik dengan apa yang diantisipasi oleh klien dari bisnis tersebut. Promosi dari mulut ke mulut, kebutuhan individu, pengalaman sebelumnya, dan komunikasi eksternal (iklan dan jenis pemasaran perusahaan lainnya) semuanya berkontribusi terhadap harapan konsumen [8].

Lima pendekatan yang dibuat oleh Zeithaml, Berry, dan Parasuraman, meliputi [8]:

1. Bukti Fisik (*Tangibles*). Fasilitas, bangunan, peralatan, produk dan penampilan staf perusahaan adalah contoh bukti langsung. Kesan pelanggan terhadap kualitas layanan bisnis dipengaruhi oleh penampilan bisnis tersebut.
2. Keandalan (*Reliability*). Keandalan menunjukkan sejauh mana layanan diberikan persis seperti yang dijanjikan oleh perusahaan. Bahkan masalah kecil pun dapat memiliki dampak signifikan terhadap persepsi konsumen tentang ketergantungan perusahaan.
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*). Bersikap responsif menunjukkan dedikasi perusahaan untuk memberikan layanan yang cepat. Bersikap

responsif lebih dari sekedar membalas klien dengan cepat, ini juga berarti siap membantu ketika diminta.

4. Keyakinan (*Assurance*). Kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap suatu bisnis dibangun berdasarkan keahlian, keramahan, dan kapasitas anggota staf untuk menginspirasi kepercayaan diri terhadap produk.
5. Empati (*Emphaty*). Pelanggan akan memiliki kesan positif terhadap perusahaan jika stafnya mampu memahami kebutuhan pelanggannya [8].

#### 2.4 Metode *Servqual* (*Service Quality*)

Salah satu pendekatan umum untuk mengukur kualitas layanan adalah teknik *Servqual*. Sektor jasa menggunakan metrik yang berbeda untuk mengevaluasi kualitas produk dibandingkan dengan sektor produk fisik. Penelitian ini dimulai dengan survei yang dikirimkan kepada pelanggan. Setiap pertanyaan mencakup dua opsi pada skala Likert: seberapa penting menyelesaikan atau melaksanakan tugas, dan seberapa baik atau buruk kinerjanya. Penting (1→5) Tidak penting Beri tahu saya bagaimana kinerjanya: Tidak bagus (1→5) Rata-rata dari setiap pertanyaan dari semua tanggapan dihitung ketika data dari kuesioner dikumpulkan [9].

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menciptakan *Servqual*, yang juga disebut model Gap, sebagai bagian dari serangkaian studi tentang industri jasa. Ini adalah metode instrumental untuk mengukur kualitas layanan. Model kepuasan sangat mirip dengan model ini. Evaluasi atau pandangan seluruh dunia tentang keunggulan suatu layanan adalah apa yang disebut model *Servqual* sebagai "kualitas layanan" (Parasuraman, et al., 1985). Penjelasan berdasarkan tiga pilar konseptual utama, khususnya:

1. Kualitas layanan lebih sulit diukur oleh pelanggan daripada kualitas produk.
2. Ketika harapan pelanggan dibandingkan dengan pelaksanaan aktual suatu layanan, persepsi mereka tentang kualitas layanan terbentuk.
3. Metode penyediaan layanan juga dievaluasi sebagai bagian dari penilaian kualitas layanan tersebut.

Skala multi-item yang mengukur ekspektasi dan persepsi klien menjadi dasar penilaian kualitas layanan model Servqual. Lebih lanjut, terdapat perbedaan antara keduanya dalam hal lima aspek kualitas layanan, yaitu :

1. *Tangibles* (Nyata)

Fasilitas, bangunan, peralatan, dan penampilan staf perusahaan adalah contoh bukti langsung. Kesan pelanggan terhadap kualitas layanan bisnis dipengaruhi oleh penampilan bisnis tersebut.

2. *Reliability* (Keandalan)

Secara khusus, keandalan mengungkapkan sejauh mana bisnis memberikan layanan yang sama seperti yang diiklankan. Bahkan masalah kecil pun dapat memiliki dampak signifikan terhadap persepsi konsumen tentang keandalan perusahaan. Dapat diandalkan berarti mampu memberikan layanan yang dijanjikan tepat waktu, benar, dan sesuai dengan keinginan Anda.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Salah satu kualitas tersebut adalah daya tanggap, yang menunjukkan seberapa seriusnya sebuah bisnis dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat waktu. Bersikap responsif lebih dari sekadar membalas klien dengan cepat; ini juga berarti siap membantu ketika diminta. Organisasi yang responsif adalah organisasi yang karyawannya secara aktif mencari klien baru dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan mereka secara tepat waktu.

4. *Assurance* (Jaminan)

Kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap suatu bisnis dibangun berdasarkan keahlian, keramahan, dan kapasitas anggota staf untuk menginspirasi kepercayaan diri terhadap merek. Kru yang berpengetahuan luas, kompeten, sopan, dan dapat dipercaya adalah kru yang bebas dari risiko, ketidakpastian, dan bahaya.

5. *Empathy* (Empati)

Pelanggan akan memiliki kesan positif terhadap bisnis jika stafnya mampu menjelaskan layanan yang ditawarkan dengan jelas. Termasuk di dalamnya adalah hal-hal seperti memahami kebutuhan

klien, menyediakan komunikasi yang sangat baik, dan membangun koneksi dengan mudah.

Sejumlah pertanyaan berskala Likert yang berkaitan dengan kualitas ekspektasi dan variabel persepsi menguraikan lima aspek kualitas. Dengan menerapkan pendekatan ini, kita bisa mendapatkan skor Servqual setiap pelanggan untuk setiap rangkaian pertanyaan [10] :

$$\text{SKOR SERVQUAL} = \text{SKOR PERSEPSI} - \text{SKOR HARAPAN}$$

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

a. *Item-by-item analysis*, misal  $P1 - H1$ ,  $P2 - H2$ , dst.

P = Persepsi

H = Harapan .

b. *Dimensi-by-dimensi analysis*, contoh:

$$(P1 + P2 + P3 + P4 / 4) - (H1 + H2 + H3 + H4 / 4)$$

Dalam hal ini, empat pernyataan yang mengekspresikan pandangan dan harapan tentang dimensi tertentu diwakili oleh P1-P4 dan H1-H4.

c. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa/*gap servqual* yaitu

$$(P1 + P2 + P3 + \dots + P22 / 22) - (H1 + H2 + H3 + \dots + H22 / 22)$$

d. Dapat menggunakan rumus ini untuk mengevaluasi kualitas layanan yang telah diberikan

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

Jika Kualitas (Q)  $\geq 1$ , maka kualitas pelayanan dikatakan baik [10].

## 2.5 Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*

Dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi pelanggan dan prioritas untuk meningkatkan kualitas produk/jasa, yang dikenal sebagai analisis kuadran, Martilla dan James membentuk pendekatan *Importance Performance Analysis (IPA)* pada tahun 1977. Tujuan dari *Importance Performance Analysis* adalah untuk menentukan peringkat signifikansi dari berbagai faktor dalam menentukan kesuksesan perusahaan atau organisasi. Dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat menggunakan metode *Importance Performance Analysis*, yang

menggabungkan tingkat kepentingan dan kinerja, untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan saat ini dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan atau pemeliharaan dalam layanan yang diberikan[11].

Kualitas layanan diurutkan dan tindakan yang diperlukan diidentifikasi dengan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Minat pelanggan dan kesuksesan bisnis akan menentukan urutan kualitas layanan. *Importance Performance Analysis (IPA)* mencakup proses atau langkah-langkah berikut:

1. Pembobotan Tingkat Kepentingan dan Kinerja Analisis kinerja menggunakan skala *Likert* 5 poin, dengan skor atau bobot yang diberikan untuk masing-masing dari lima evaluasi.
2. Menghitung nilai kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja hal-hal yang paling mendesak akan diberi peringkat berdasarkan tingkat kesesuaian ini. Salah satu rumus yang digunakan adalah [12]:

$$TKi = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

TKi= Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi= Skor penilaian tingkat kepentingan

3. Dalam operasionalisasinya, *Importance Performance Analysis (IPA)* menggunakan sebuah matriks, yaitu Diagram Kartesius. Dalam diagram kartesius, sumbu horizontal (X) menunjukkan tingkat kinerja dan sumbu vertikal (Y) menunjukkan tingkat kepentingan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut[12]:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

x = skor rata-rata tingkat kerja

$y$  = skor rata-rata tingkat Kepentingan

$\sum x_i$  = jumlah total skor kinerja

$\sum y_i$  = jumlah total skor kepentingan

$n$  = jumlah responden

Selain itu, menghitung  $\bar{x}$ , yang merupakan rata-rata dari skor rata-rata untuk tingkat kinerja, dan  $\bar{y}$ , yang merupakan rata-rata dari skor rata-rata untuk tingkat kepentingan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut [12]:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{k}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{k}$$

Keterangan:

$K$  = banyaknya atribut/pernyataan pelayanan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden

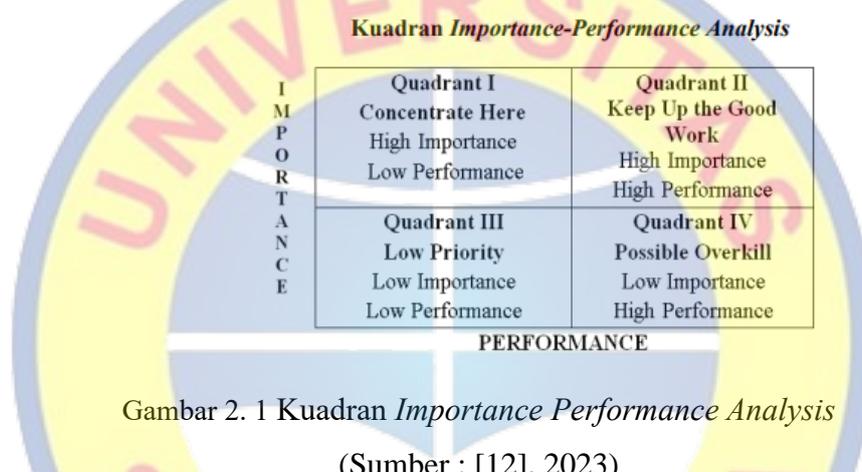
Kuadran Analisis Tingkat Kepentingan-Kinerja grafik yang menunjukkan hasil dari *Importance Performance Analysis*. Pada sumbu Y, kita dapat melihat bagaimana konsumen menilai tingkat kepentingan atribut yang dipilih, dan pada sumbu X, kita dapat melihat seberapa baik kinerja produk atau layanan dalam kaitannya dengan atribut-atribut tersebut.

Kuadran 1 “*Concentrate Here*”, atribut yang dirasakan menjadi sangat penting bagi responden, namun tingkat performa cukup rendah. Variabel variabel yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan dengan cara perusahaan harus melakukan perbaikan secara terus menerus sehingga performance variabel yang ada dalam kuadran ini akan meningkat.

Kuadran 2 “*Keep Up the Good Work*”, atribut yang dirasakan menjadi sangat penting bagi responden, dan pada saat yang bersamaan, perusahaan terlihat memiliki tingkat kinerja yang tinggi dalam aktivitas ini. Variabel-variabel yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua variabel ini menjadikan produk tersebut unggul di mata konsumen.

Kuadran 3 “*Low Priority*”, atribut berada pada tingkat kepentingan yang rendah dan tingkat performa yang rendah. Walaupun tingkat performa rendah, manajer tidak harus terlalu terkonsentrasi karena atribut pada kuadran ini dirasa tidak terlalu penting.

Kuadran 4 “*Possible Overkill*”, pada sel ini terdapat atribut yang rendah tingkat kepentingannya, tapi performanya terlalu tinggi. Responden merasa puas dengan performa perusahaan tersebut, tetapi manajer harus mempertimbangkan usaha yang dilakukan agar dapat dikurangi guna menghemat biaya perusahaan [12].



## 2.6 Kepuasan Pelanggan

Istilah "kepuasan" mengacu pada kondisi emosional yang dimiliki seseorang setelah membandingkan kinerja aktual produk dengan harapannya. Konsumen tidak senang jika hasilnya tidak sesuai dengan harapan mereka. Konsumen senang jika hasilnya sesuai dengan yang mereka harapkan. Konsumen sangat gembira jika hasilnya lebih baik dari yang diharapkan. Menurut teori perilaku konsumen, suatu produk atau layanan dianggap berhasil jika meninggalkan kesan positif pada pembeli [13].

Ketika harapan seseorang terpenuhi dan kinerja atau hasil aktualnya dievaluasi, keadaan emosional yang dihasilkan dikenal sebagai kepuasan. Bukti langsung, perhatian pribadi dari karyawan kepada konsumen, daya tanggap, ketergantungan, dan jaminan adalah faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kualitas layanan, yang didefinisikan oleh Hutasoit (2011) sebagai sejauh mana produk dan layanan memenuhi kebutuhan dan

harapan konsumen. Kegagalan dalam memenuhi harapan ini dapat menyebabkan kekecewaan. Pelanggan lebih cenderung senang jika hasilnya sesuai dengan yang dijanjikan. Interaksi sebelumnya, promosi dari mulut ke mulut dari teman dan keluarga, serta materi pemasaran dan saingan semuanya dapat mempengaruhi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan meningkatkan loyalitas merek, mengurangi sensitivitas harga, dan promosi dari mulut ke mulut yang positif [1].

Sejauh mana konsumen puas atau tidak puas dengan suatu produk secara langsung berkaitan dengan bagaimana perasaan mereka tentang kinerja produk dibandingkan dengan harapan mereka. Untuk memastikan kepuasan pelanggan, sebuah produk harus dapat memenuhi kebutuhan dan preferensi pembeli. Hal ini, pada gilirannya, menghasilkan umpan balik positif, yang pada gilirannya meningkatkan reputasi perusahaan, menumbuhkan loyalitas, dan memfasilitasi hubungan yang harmonis [13].

## **2.7 Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **2.7.1 Uji Validitas**

Ketika sebuah variabel mengukur apa yang diklaimnya untuk diukur, kita mengatakan bahwa variabel tersebut valid. Ketika melakukan penelitian, validitas mengacu pada seberapa baik alat pengukur benar-benar mengukur variabel target. Salah satu cara untuk memastikan bahwa alat pengukur benar-benar mengukur variabel target adalah dengan mengujinya melalui uji validitas. Menurut Ghozali (2009), validitas suatu kuesioner dapat ditentukan dengan menggunakan uji validitas. Agar suatu kuesioner dapat dikatakan valid, maka pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut harus mampu untuk mendapatkan hasil pengukuran yang diinginkan [14].

Ketika sebuah tes secara akurat mengukur konstruk target atau ketika temuannya konsisten dengan tujuan penggunaan tes, dapat dikatakan bahwa tes tersebut memiliki validitas yang tinggi. Tes dengan validitas rendah adalah tes yang memberikan hasil yang tidak terkait dengan tujuan penggunaan pengukuran [14].

Aspek ketepatan pengukuran merupakan bagian kedua dari konsep validitas. Akurasi dan presisi dalam pengukuran adalah ciri khas dari alat pengukur yang sah. Akurat dalam konteks ini berarti alat tersebut dapat menangkap variasi kecil dalam karakteristik yang diukurnya [14].

Validitas faktor dan validitas item adalah dua komponen utama dari uji validitas kuesioner. Menggunakan lebih dari satu faktor untuk menyusun item-item (di dalam setiap faktor terdapat tingkat kemiripan) memungkinkan seseorang untuk menguji validitas faktor. Korelasi antara skor faktor secara keseluruhan (jumlah semua faktor) dan skor faktor (jumlah item dalam satu faktor) digunakan untuk mengukur validitas faktor [14].

Ketika menghitung validitas item, merupakan praktik umum untuk membandingkan skornya dengan skor item secara keseluruhan, yang memberikan bukti validitas item. Menggunakan beberapa faktor memerlukan penentuan pertama apakah item tersebut sah dengan membandingkan skornya dengan skor komponen, dan kemudian memeriksa validitasnya lebih lanjut dengan membandingkan skornya dengan skor faktor total, yang merupakan jumlah dari semua faktor [14].

Validitas item dan kesesuaiannya untuk digunakan dapat dinilai dengan menggunakan koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil perhitungan korelasi. Uji signifikansi koefisien korelasi sering kali dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 untuk menentukan kelayakan suatu item untuk digunakan; sebuah item dianggap sah jika berhubungan secara substansial dengan skor keseluruhan [14].

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen *Pearson*). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap à Valid. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig.

0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid) [14].

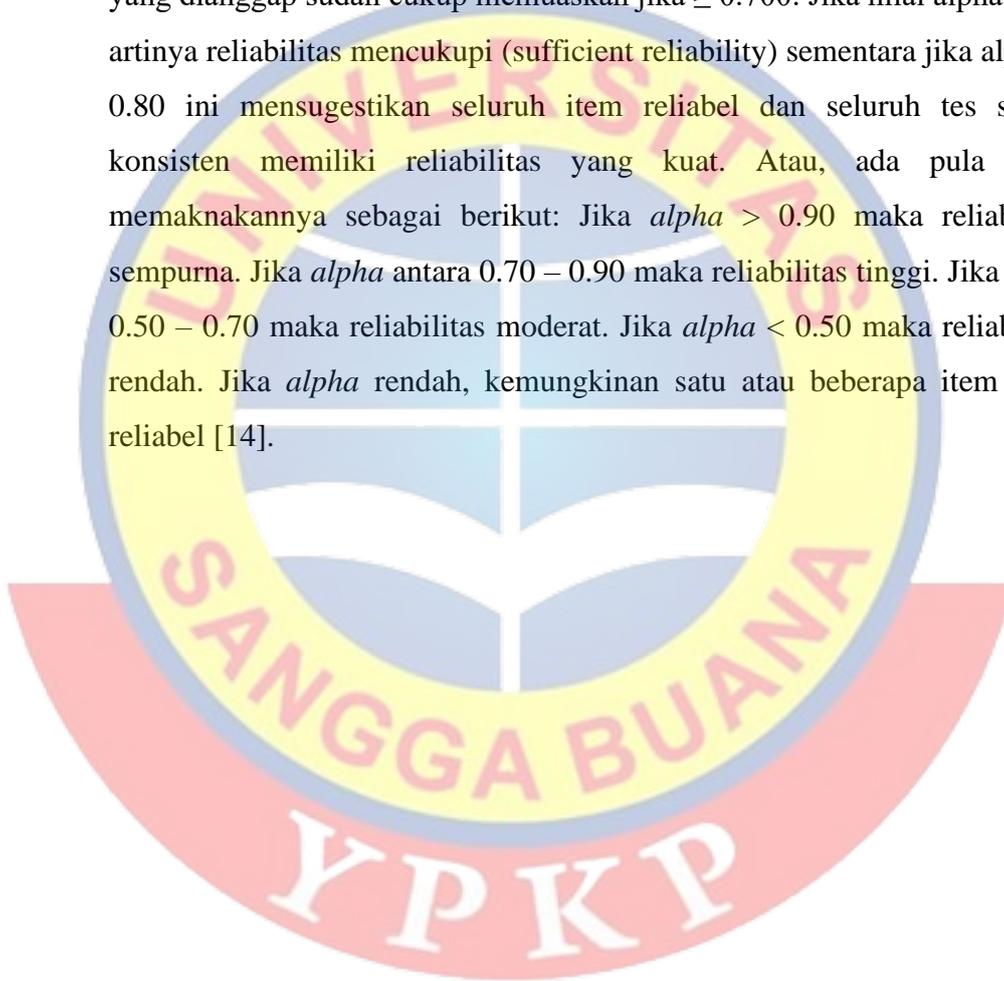
### 2.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Pengertian dari *reliability* (reliabilitas) adalah keajegan pengukuran (Walizer, 1987). Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel [14].

Masri Singarimbun menyatakan bahwa reliabilitas suatu alat pengukur adalah ukuran seberapa jauh alat tersebut dapat dipercaya. Reliabilitas suatu alat pengukur ditentukan oleh konsistensi hasil temuannya ketika dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama secara konsisten ditunjukkan oleh reliabilitasnya [14].

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan. Reliabilitas, atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten

setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbedabeda. Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai  $r_{xx}$  mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika  $\geq 0.700$ . Jika nilai  $\alpha > 0.7$  artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika  $\alpha > 0.80$  ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknainya sebagai berikut: Jika  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas sempurna. Jika  $\alpha$  antara  $0.70 - 0.90$  maka reliabilitas tinggi. Jika  $\alpha$   $0.50 - 0.70$  maka reliabilitas moderat. Jika  $\alpha < 0.50$  maka reliabilitas rendah. Jika  $\alpha$  rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel [14].



## 2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian
1	Ratih Puspita Kusumadewi Purba, Mirnawati Zalili Sailan (2020)	Analisis Kualitas Pelayanan di Program Studi Farmasi Poltekkes Kemenkes Pangkalpinang Menggunakan Metode <i>SERVQUAL</i>	Kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui CSI sebesar 80,34% dan berada dalam kategori Puas. Dimensi <i>Emphaty</i> merupakan dimensi dengan indeks kepuasan tertinggi sebesar 82,39% dalam kategori Puas dan dimensi <i>Tangible</i> merupakan dimensi dengan indeks kepuasan terendah sebesar 77,93% dalam kategori Puas. Prioritas utama perbaikan yang ditetapkan menggunakan metode Diagram Kartesius yaitu kemudahan akses layanan internet, keramahan Tenaga Kependidikan dalam	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu metode <i>SERVQUAL</i> .

			melayani mahasiswa, tingkat keamanan kampus, dan kemampuan Dosen dalam menghidupkan suasana kelas.	
2	Rini Purwasih, Aden, Irvana Arofah (2021)	Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode <i>Service Quality (SERVQUAL)</i> Dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara harapan dengan kenyataan yang diterima oleh pengunjung dengan rata-rata keseluruhan sebesar -0,72. Kesenjangan tertinggi terdapat pada dimensi bukti fisik yakni sebesar -0,82 dan kesenjangan terendah terdapat pada dimensi empati	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu metode <i>SERVQUAL</i> dan <i>IPA</i> .

			<p>yakni sebesar -0,59. Berdasarkan pada pemetaan diagram kartesius melalui <i>importance performance analysis</i>, terdapat 3 atribut yang dianggap penting oleh pengunjung namun kinerjanya masih rendah diantaranya (1) kebersihan dan kenyamanan fasilitas di area pasar, (2) ketersediaan pengelola dalam menangani keluhan dengan cepat, dan (3) keamanan saat berkunjung dan melakukan transaksi.</p>	
--	--	--	--	--

3	Dirga Febrian Hidayat, La Ode Ahmad Safar Tosungku, Lina Dianati Fathimahhayati (2023)	Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode <i>Servqual</i> Dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> (Studi Kasus: PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur)	Hasil yang didapat ialah nilai dari kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia jasa/perusahaan tidak memenuhi harapan pelanggan karena skor kualitas (Q) dihitung <1 dengan skor rata-rata kualitas layanannya ialah 0,94782. Pada hasil analisis diagram kartesius yang menjadi prioritas utama dan harus ditingkatkan pada kuadran A adalah atribut A yaitu karyawan (staf/manajemen) menyampaikan layanan secara jelas pada awal pemasangan PDAM dengan nilai kesenjangan -0,26, atribut 2 yaitu informasi karyawan tentang kemungkinan	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu metode <i>SERVQUAL</i> dan <i>IPA</i> .
---	--	--	---	--

			<p>menggunakan layanan dapat dimengerti dengan nilai kesenjangan - 0,28, atribut 3 yaitu karyawan (staf/manajemen)</p> <p>menyediakan layanan tepat waktu untuk memproses keluhan dari pelanggan dengan nilai kesenjangan - 0,24, dan atribut 4 yaitu ketanggapan karyawan (staf/manajemen)</p> <p>dalam memberikan pelayanan terhadap permintaan pelanggan dengan nilai gap -0,27.</p>	
--	--	--	---	--

4	Fernando Sanyuan (2022)	Analisis perbaikan kualitas pelayanan menggunakan metode <i>service quality</i> ( <i>Servqual</i> ) di PT. Bestindo Cakra Utama	Hasil dari pengukuran diketahui bahwa nilai hitung rata-rata kualitas pelayanan mendapatkan Nilai (Q) = 0,903 yang berarti pelayanan dari PT. Bestindo Cakra Utama belum berkualitas, karena pelayanan dapat dikatakan berkualitas bila (Q) = $\geq 1$ . Dari enam belas atribut pelayanan yang diukur, terdapat tujuh atribut yang diusulkan untuk dilakukan perbaikan, guna memperbaiki pelayanan kedepannya. Tujuh atribut tersebut yaitu (1) atribut ketepatan waktu pelayanan, (2) atribut pelayanan saat kendaraan mengalami kendala, (3) atribut	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu metode <i>SERVQUAL</i> .
---	-------------------------	---	---	---

			<p>kecepatan petugas merespon permintaan pelanggan, (4) atribut daya tanggap petugas merespon keluhan pelanggan, (5) atribut hasil pengerjaan perawatan kendaraan, body repair, STNK, (6) atribut solusi yang diberikan petugas saat kendaraan mengalami kendala, (7) atribut perhatian petugas membantu pelanggan di luar jam atau hari kerja.</p>	
--	--	--	---	--

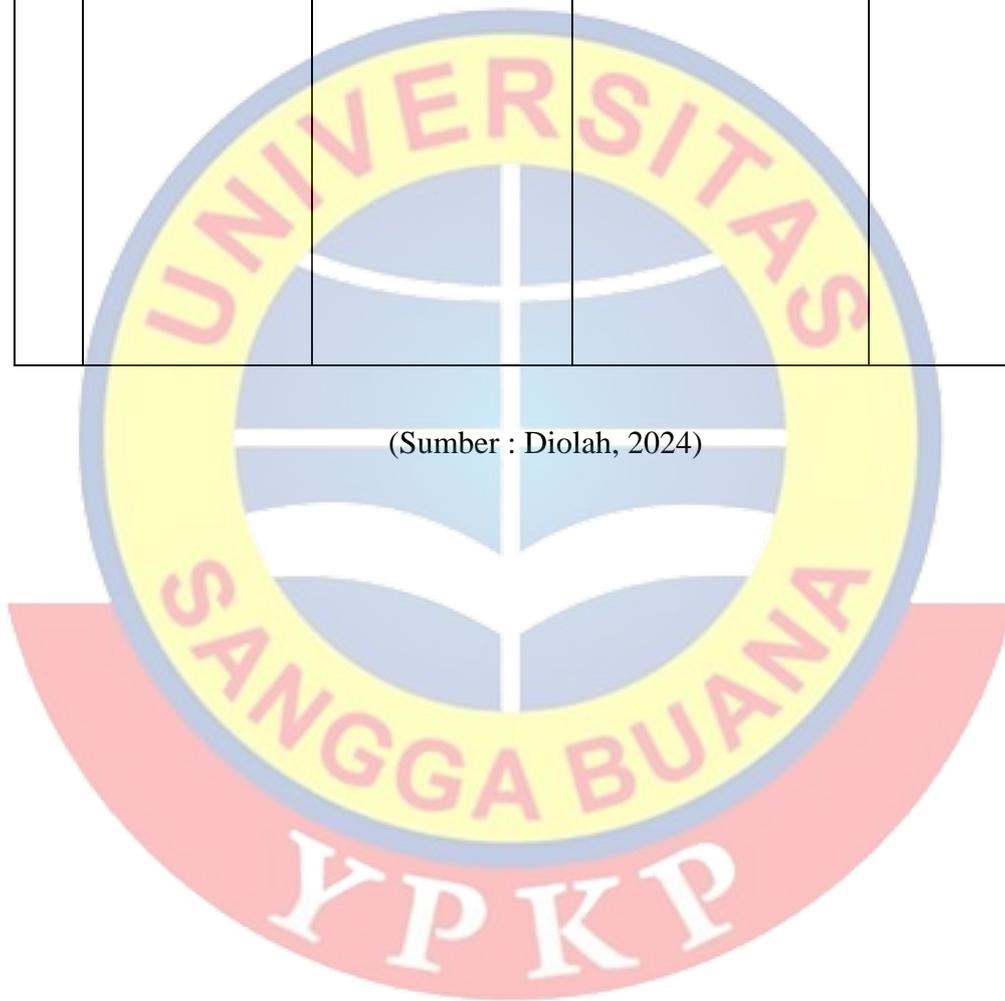
5	M. Robiul Nizar, Gusti Adriansyah (2022)	Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode <i>Servqual</i> dan <i>IPA</i> (Outlet Bebicare Desa Wiyung)	Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah konsumen Bebicare merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Di mana hasil rata-rata kinerja karyawan mendapatkan nilai 4,09 dan nilai harapan konsumen mendapatkan nilai rata-rata 4,45 sehingga rata-rata <i>gap</i> yang diperoleh dari kinerja / persepsi dengan kepentingan / harapan adalah -0,36. Dikarenakan nilai <i>gap</i> negatif sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan bubuk bayi organik Bebicare tidak puas atas pelayanan yang diterima. Pada metode <i>IPA</i> prioritas utamaperbaikan pada kuadran A	Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu metode <i>SERVQUAL</i> dan <i>IPA</i> .
---	--	--	--	--

			<p>yaitu Daftar menu yang tersedia sesuai dengan menu yang ada (R4), Kemudahan dalam mendapatkan informasi tentang Bebicare di media sosial (R6), Bebicare memiliki peralatan untuk berjualan yang modern (A1), Bebicare memahami kebutuhan pelanggan dengan baik (E4).</p>	
6	Panji Purwanto (2024)	<p>Analisis Kualitas Pelayanan Di JONAS Photo Menggunakan Metode <i>Servqual</i> dan <i>Importance Performance Analysis</i></p>	<p>Hasil analisis menunjukkan nilai <i>SERVQUAL</i> pada pelayanan di JONAS Photo yaitu pada dimensi <i>reliability</i> (kehandalan) sebesar 0,868, <i>empathy</i> (empati) sebesar 0,895, <i>responsiveness</i> (daya tanggap) sebesar 0,912, <i>assurance</i> (jaminan)</p>	<p>Persamaan penelitian terletak pada metode yang digunakan yaitu metode <i>SERVQUAL</i> dan <i>IPA</i>.</p>

			<p>sebesar 0,929, dan <i>tangibles</i> (bukti fisik) sebesar 0,915. Metode <i>IPA</i> menunjukkan atribut yang perlu diperbaiki fokus utama pada perbaikan ada pada kuadran I pelayanan di JONAS Photo yaitu dalam memproses komplain pelanggan dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain – lain. Usulan inovasi yang dapat dilakukan JONAS Photo yaitu dengan mengadakan paket <i>photo studio</i> ke rumah pelanggan dan <i>photo studio</i> dengan menyediakan pakaian adat dari</p>
--	--	--	--

			daerah daerah yang ada di Indonesia.	
--	--	--	--------------------------------------	--

(Sumber : Diolah, 2024)



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Operasional Variabel

Operasional variabel dilakukan untuk membatasi agar pembahasan tidak terlalu meluas, dimana dalam penelitian ini terdapat 5 variabel yang dikaji, yaitu *Reliability* (keandalan), *Emphaty* (Empati), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Tangibles* (Bukti Fisik), dan *Assurance* (Jaminan) [15]. Penjabaran operasional dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

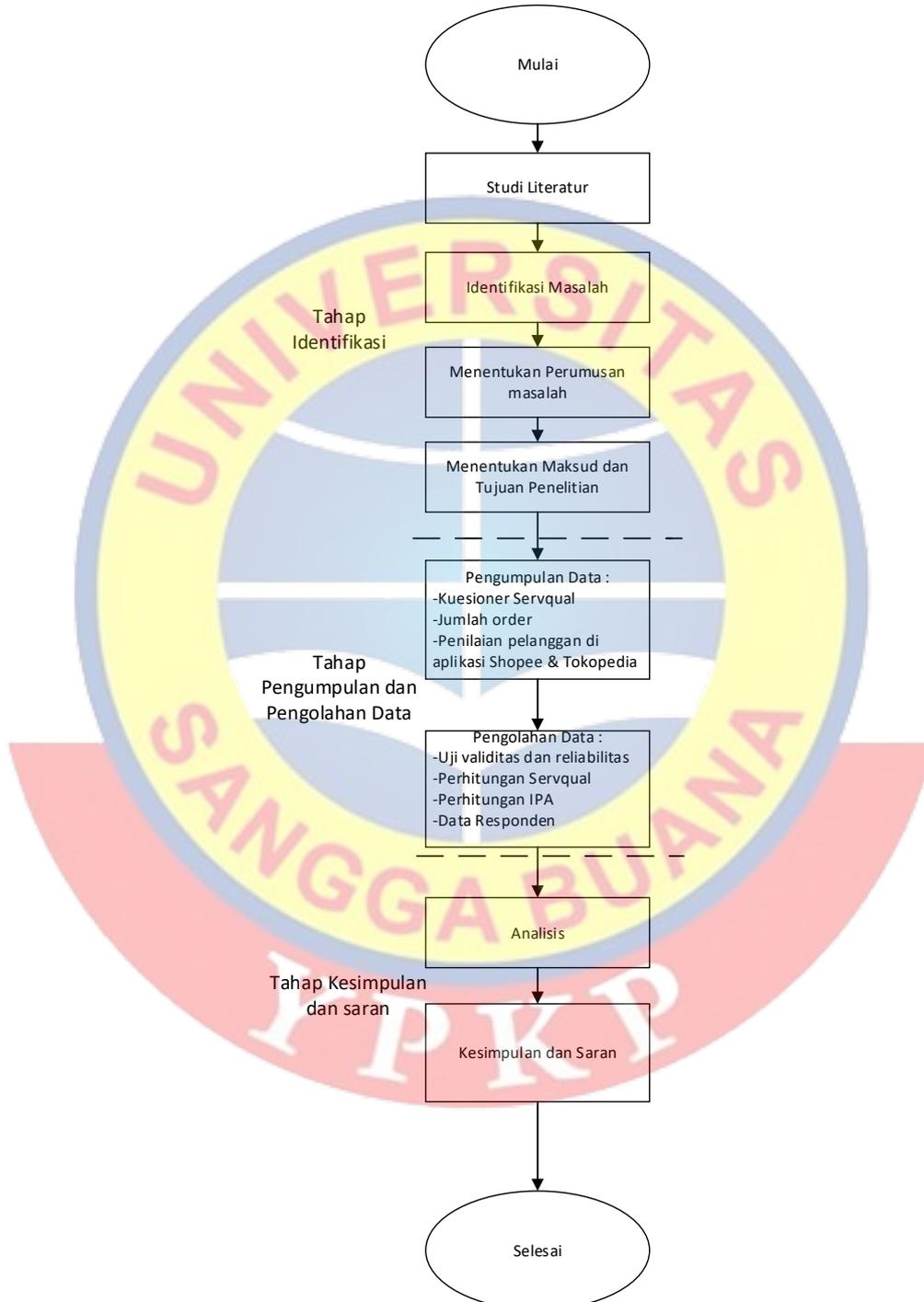
No	Dimensi	Indikator	Pernyataan
1	<i>Reliability</i> (keandalan)	Keandalan menunjukkan sejauh mana layanan diberikan persis seperti yang dijanjikan oleh perusahaan.	JONAS Photo memberikan layanan kepada konsumennya dengan jelas dan tanpa kesalahan atau kekeliruan.
			JONAS Photo menyelesaikan order konsumennya dengan tepat waktu sesuai dengan waktu selesai order yang sudah dijanjikan.
			JONAS Photo memproses komplain konsumennya dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain-lain.
2	<i>Emphaty</i> (Empati)	Pelanggan akan memiliki kesan positif terhadap perusahaan jika stafnya mampu memahami kebutuhan pelanggannya.	Pegawai JONAS Photo menyambut dan melayani konsumennya dengan baik dari mulai datang sampai selesai bertransaksi.
			JONAS Photo melayani komplain dan keluhan konsumen dengan baik dan sabar.
			Pegawai JONAS Photo memberikan tawaran untuk membantu membawakan produk dengan

			ukuran besar yang sulit dibawa oleh konsumennya.
3	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Bersikap responsif menunjukkan dedikasi perusahaan untuk memberikan layanan yang cepat. Bersikap responsif lebih dari sekedar membalas klien dengan cepat, ini juga berarti siap membantu ketika diminta.	Proses melakukan order photo studio di JONAS Photo mudah dan tidak membingungkan. Proses pengambilan order selesai di JONAS Photo mudah dan cepat. Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio dan menunjukan contoh hasilnya kepada konsumen yang akan melakukan photo studio.
4	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Fasilitas, bangunan, peralatan, produk dan penampilan staf perusahaan adalah contoh bukti langsung.	Produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan display yang ditampilkan di store nya. Kualitas produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan harga yang diberikan pada konsumen.
5	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Kepercayaan dan keyakinan pelanggan terhadap suatu bisnis dibangun berdasarkan keahlian, keramahan, dan kapasitas anggota staf untuk menginspirasi kepercayaan diri terhadap produk.	Pembawaan dan penyampaian Fotografer di JONAS Photo saat photo studio tidak membuat bosan konsumennya. Pegawai Jonas Photo memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan konsumennya mengenai photo studio dan produk produk yang tersedia. Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio yang sesuai dengan budget konsumen.

(Sumber : Diolah, 2024)

### 3.2 Teknik Pemecahan Masalah

Teknik pemecahan masalah penelitian digambarkan pada *flowchart* dibawah ini:



Gambar 3. 1 *Flowchart* Pemecahan Masalah

### 3.3 Penjelasan Penelitian

Penjelasan dari flowchart diatas sebagai berikut:

#### 1. Studi Litreratur

Pada tahap studi literatur dilakukan untuk mendapatkan data-data pendukung sebagai landasan teori yang terkait dengan penelitian permasalahan yang ada. Beberapa sumber, termasuk buku, jurnal, dan makalah studi sebelumnya, dikonsultasikan untuk mendapatkan referensi.

#### 2. Identifikasi Masalah

Pada tahap identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui masalah sebagai tahap awal dari penelitian, dalam hal ini fluktuasi jumlah pesanan JONAS Photo selama tiga tahun terakhir, menjadi jelas sebagai sebuah masalah.

#### 3. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana kualitas pelayanan di JONAS Photo pada tahun 2023?
- b. Bagaimana perbaikan kualitas pelayanan yang perlu dilakukan oleh JONAS Photo?
- c. Bagaimana usulan inovasi pelayanan yang dapat dilakukan oleh JONAS Photo?

#### 4. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di JONAS Photo.
- b. Untuk memberikan usulan perbaikan guna mengevaluasi pelayanan di JONAS Photo.
- c. Untuk memberikan usulan inovasi pelayanan yang dapat dilakukan JONAS Photo guna meningkatkan kualitas pelayanannya.

#### 5. Pengumpulan Data

##### a. Data orderan

Data orderan yang diambil merupakan data orderan dari transaksi untuk produk cetak *photo* dan *photo studio* di JONAS Photo.

b. Ketertarikan konsumen

Ketertarikan konsumen ini merupakan grafik dari *google trends* yang menunjukkan minat dari konsumen terhadap JONAS Photo yang dibandingkan dari 3 tahun terakhir yaitu tahun 2021 sampai 2023.

c. Populasi dan Sampel

Adapun untuk menentukan berapa banyak sampel yang harus diambil atau berapa banyak data yang akan digunakan sebagai model untuk populasi secara luas, salah satu alat yang terbukti berguna adalah rumus Slovin. Metode pengambilan sampel yang paling sederhana dengan margin kesalahan 10% digunakan dalam prosesnya: prosedur acak dasar [16].

Berikut persamaan slovin dapat dilihat, dibawah ini [16]:

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah populasi

e : *Sample error* (10%)

Berdasarkan data *order*, rata-rata jumlah konsumen per hari di tahun 2023 sebanyak 224 konsumen. Dengan hasil tersebut maka didapatkan jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{224}{1+224(10\%)^2}$$

$$= 69,13 \text{ dibulatkan menjadi } 70.$$

Dari perhitungan diatas maka didapatkan jumlah minimal sampel sebanyak 70 responden.

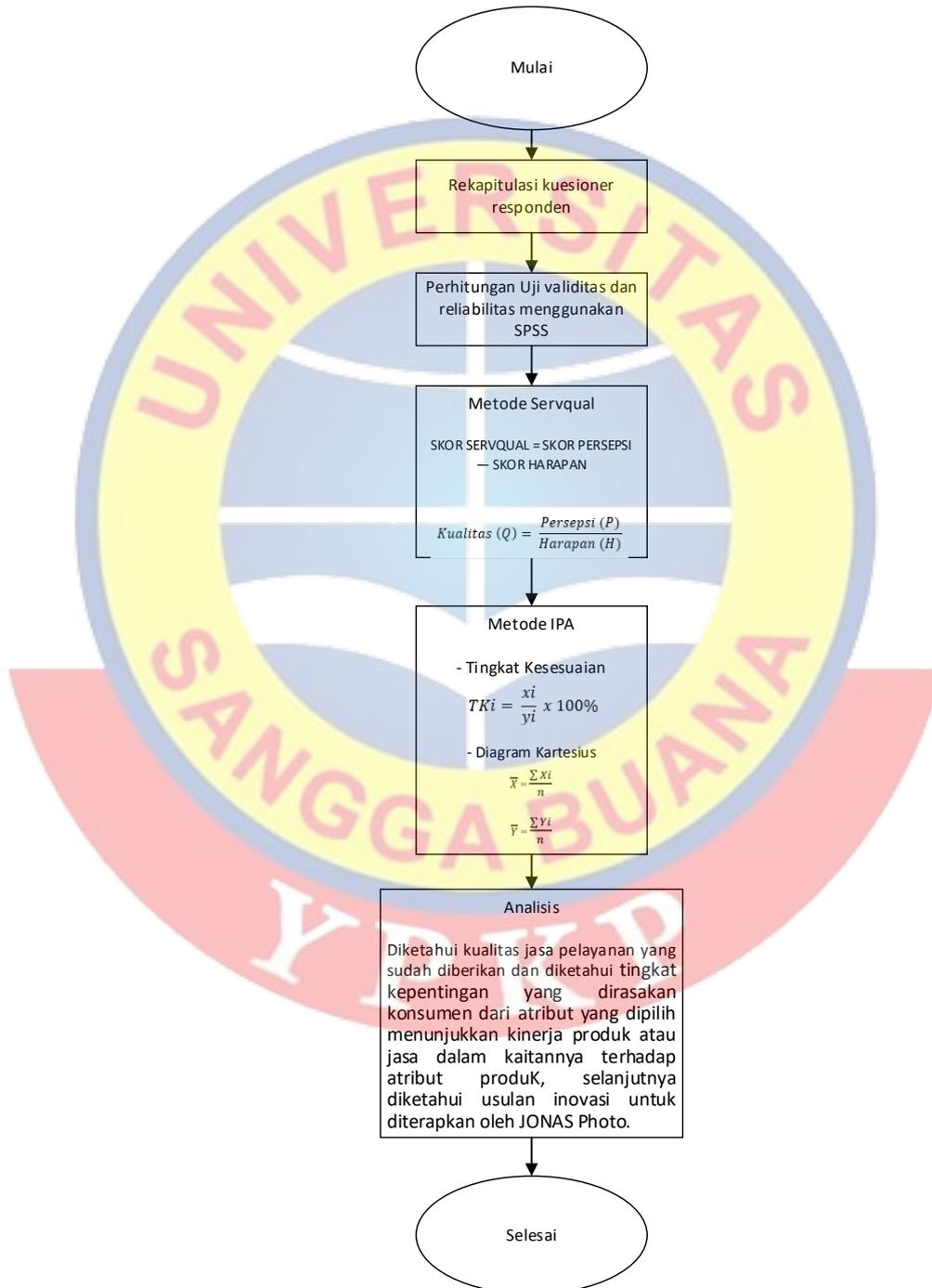
d. Kuesioner

Dalam penelitian ini kuesioner digunakan sebagai alat pengumpulan data. Kuesioner disusun dari ke 5 dimensi kualitas pelayanan dengan menggunakan *Google Form*. Pada penelitian ini kuesioner berupa kuesioner tingkat kepuasan (kenyataan dan

harapan) responden. Kuesioner tersebut diberikan kepada responden yang merupakan masyarakat umum yang pernah berkunjung atau bertransaksi di JONAS Photo Jalan Banda No.38.

#### 6. Pengolahan Data

Adapun *flowchart* penelitian pengolahan data sebagai berikut :



Gambar 3. 2 *Flowchart* Pengolahan Data

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS setelah mendapatkan hasil dari kuesioner yang telah disebar, Analisis ini dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap à Valid. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Nilai dari r hitung didapatkan dari pengolahan data menggunakan software SPSS. Nilai r hitung pada kolom Correlation. Nilai dari r tabel didapatkan dari  $df = (\text{jumlah kasus atau responden}) - 2$  dan dapat dilihat nilai r tabelnya.

Tabel 3. 2 Uji Validitas

No	Pertanyaan/Pernyataan	rhitung	rtabel	Hasil
1	JONAS Photo memberikan layanan yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen dan tanpa kesalahan			Valid/Tidak valid
2	JONAS Photo memberikan penjelasan produk yang mudah dipahami oleh konsumen sesuai keinginannya.			Valid/Tidak valid

(Sumber : Diolah, 2023)

b. Uji Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas adalah konsep yang berbeda. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ilmiah, reliabilitas mengacu pada seberapa baik hasil tes bertahan ketika diberikan lagi kepada subjek yang sama dalam pengaturan yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbedabeda. Tinggi rendahnya

reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai r hitung mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika  $\geq 0.700$ . Jika nilai  $\alpha > 0.7$  artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika  $\alpha > 0.80$  ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakaninya sebagai berikut: Jika  $\alpha > 0.90$  maka reliabilitas sempurna. Jika  $\alpha$  antara  $0.70 - 0.90$  maka reliabilitas tinggi. Jika  $\alpha$   $0.50 - 0.70$  maka reliabilitas moderat. Jika  $\alpha < 0.50$  maka reliabilitas rendah. Jika  $\alpha$  rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas

No	Indikator	Cronchbach's Alpha	rtabel	Hasil
1	Persepsi		0,7	Reliabel/Tidak
				Reliabel
2	Harapan		0,7	Reliabel/Tidak
				Reliabel

(Sumber : Diolah, 2023)

c. Perhitungan Metode *Servqual*

Dengan menggunakan metode dari (Zeithalm, et, al., 1990) ini, dapat diperoleh skor *Servqual* setiap pelanggan untuk setiap set pertanyaan.

$$\text{SKOR SERVQUAL} = \text{SKOR PERSEPSI} - \text{SKOR HARAPAN}$$

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

- a. *Item-by-item analysis*, misal P1 – H1, P2 – H2, dst.

Dimana

P = Persepsi

H = Harapan .

- b. *Dimensi-by-dimensi analysis*, contoh:

$$(P1 + P2 + P3 + P4 / 4) - (H1 + H2 + H3 + H4 / 4)$$

Dimana P1 sampai P4 dan H1 sampai H4 mencerminkan 4 pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.

c. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa/gap *servqual* yaitu

$$(P1 + P2 + P3 + \dots + P22 / 22) - (H1 + H2 + H3 + \dots + H22 / 22)$$

d. Untuk menganalisis kualitas akan jasa pelayanan yang telah diberikan, maka digunakan rumus.

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

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

d. Perhitungan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

. *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk membuat peringkat (rangking) bermacam-macam atribut jasa dan mengidentifikasi tindakan apa yang perlu dilakukan oleh perusahaan. Atribut-atribut jasa akan diranking berdasarkan tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan. Prosedur atau langkah-langkah yang dilakukan dalam *Importance Performance Analysis* (IPA) yaitu:

1. Pembobotan Tingkat Kepentingan (*Importance*) dan Tingkat Kinerja (*Performance*) *Importance Performance Analysis* menggunakan skala *likert*, dengan menggunakan 5 peringkat yang masing-masing diberikan skor atau bobot.
2. Menghitung Nilai Kesesuaian Antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja Tingkat kesesuaian ini akan menentukan urutan prioritas yang harus mendapat perhatian utama dari JONAS Photo.  
Rumus yang digunakan yaitu :

$$TKi = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian tingkat kepentingan

3. Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis* (IPA) dalam operasionalisasinya menggunakan sebuah matriks yaitu Diagram Kartesius. Untuk menjabarkannya pada Diagram Kartesius, tingkat kinerja (*performance*) dilambangkan pada sumbu mendatar (X), sedangkan tingkat kepentingan (*importance*) dilambangkan pada sumbu tegak (Y). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan:

x= skor rata-rata tingkat kerja

y= skor rata-rata tingkat Kepentingan

$\sum xi$ = jumlah total skor kinerja

$\sum yi$ = jumlah total skor kepentingan

n= jumlah responden

Selanjutnya menghitung x, yang merupakan rata-rata dari skor rata-rata untuk tingkat kinerja, dan y, yang merupakan rata-rata dari skor rata-rata untuk tingkat kepentingan. Berikut ini adalah rumusnya:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{k}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{k}$$

Keterangan:

K = banyaknya atribut/pernyataan pelayanan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden

*Importance Performance Analysis* akan menampilkan hasilnya dalam bentuk grafik dengan empat bagian yang mewakili berbagai aspek penelitian. Dalam kuadran ini, kita dapat melihat seberapa baik kinerja produk atau layanan dalam hal kualitas produk pada sumbu X dan seberapa penting atribut-atribut tersebut bagi pelanggan pada sumbu Y.

### ***Kuadran Importance-Performance Analysis***

<b>I M P O R T A N C E</b>	<b>Quadrant I</b> <b>Concentrate Here</b> High Importance Low Performance	<b>Quadrant II</b> <b>Keep Up the Good Work</b> High Importance High Performance
	<b>Quadrant III</b> <b>Low Priority</b> Low Importance Low Performance	<b>Quadrant IV</b> <b>Possible Overkill</b> Low Importance High Performance
	<b>PERFORMANCE</b>	

Gambar 3. 3 Kuadran IPA  
(Sumber : [12] , 2023)

#### 7. Analisis

Selanjutnya analisis uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan sebelum analisis dari hasil perhitungan metode Servqual yaitu besar kualitas pelayanan yang sudah diberikan dan diagram kartesius metode IPA yang menunjukkan tingkat kepentingan yang dirasakan konsumen dari atribut yang dipilih dan menunjukkan kinerja produk atau jasa dalam kaitannya terhadap atribut produk secara keseluruhan terhadap kualitas pelayanan yang merupakan masukan bagi perencanaan strategi peningkatan kualitas pelayanan bagi pihak perusahaan. Dilakukan juga analisis responden untuk mengetahui usulan inovasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

#### 8. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan, yang diperoleh dari analisis, adalah produk terakhir dari penelitian ini. Berdasarkan temuan-temuan ini, komentar dan rekomendasi dapat diberikan kepada perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1 Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan yaitu dari hasil pengisian kuesioner serta data – data yang diperoleh dari perusahaan. Berikut adalah data – data yang diperlukan untuk mengetahui kualitas pelayanan, perbaikan yang perlu dilakukan, serta usulan inovasi pelayanan yang bisa dilakukan oleh JONAS Photo menggunakan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*.

##### **4.1.1 Sejarah Perusahaan**

Bapak Gunadi Hadikusuma seorang dokter hewan lulusan Institut Pertanian Bogor yang merintis usaha yang bergerak di bidang fotografi dengan nama JONAS Photo dengan hanya seorang karyawan dan jasa yang diberikan hanya berupa pencetakan foto. JONAS Photo dijalankan di rumah Bapak Gunadi di jalan Batik Jonas no.17. Untuk studio, digunakan ruang tamu rumah bapak gunadi sendiri. Pada tahun 1983, JONAS Photo baru mulai menyediakan jasa pemotretan studio dengan jumlah karyawan bertambah menjadi 10 hingga 15 orang. Pelanggannya kebanyakan mahasiswa untuk keperluan skripsi mahasiswa dan banyak menggunakan jasa cuci cetak di karena harganya murah. Sesuai dengan prinsipnya, JONAS Photo senantiasa menyesuaikan diri terhadap perubahan teknologi dan trend yang berlaku. Hal ini dilakukan agar dapat memberi pelayanan yang up to date bagi konsumennya. Salah satu perubahan yang mencolok adalah ketika di awal tahun 2000 JONAS Photo melakukan instalasi mesin digital sehingga membuatnya menjadi studio foto pertama di Asia Tenggara yang menggunakan mesin tersebut dalam proses produksinya. Perkembangan fotografi di JONAS Photo dari tahun ke tahun semakin berkembang dengan tetap mempertahankan ciri khasnya sebagai pelopor spesialisasi baru dalam bidang fotografi di Bandung khususnya.

Akumulasi dari spesialisasi jasa-jasa fotografi tersebut sekarang menjadi bagian dari produk-produk jasa yang disediakan JONAS Photo yang sekarang berpusat di jalan Banda no.38 Bandung dan telah memiliki beberapa cabang meliputi *E-commerce*, JPOP, Ciwalk, Festival citylink, Jatinangor, Buah Batu, Muria, Serpong, Kota Baru Parahyangan, dan Cimahi.

#### 4.1.2 Produk Perusahaan

JONAS Photo adalah perusahaan yang bergerak di bidang fotografi dan percetakan foto. JONAS Photo berpusat di Bandung tepatnya di Jl. Banda no 38. Produk yang disajikan JONAS Photo tidak hanya berpusat pada produk foto dan percetakan, JONAS Photo juga menyajikan produk-produk *merchandise* aksesoris. JONAS Photo hadir sebagai perusahaan yang menawarkan produknya yang berupa jasa (jasa pemotretan) dan barang (hasil foto). Produk yang dihasilkan JONAS Photo yaitu berbagai macam pilihan *photo studio*, *frame photo*, *print*, dan juga *art print*, diantaranya :



Gambar 4. 1 Produk JONAS Photo

(Sumber : JONAS Photo, 2024)

## 1. Photo Studio

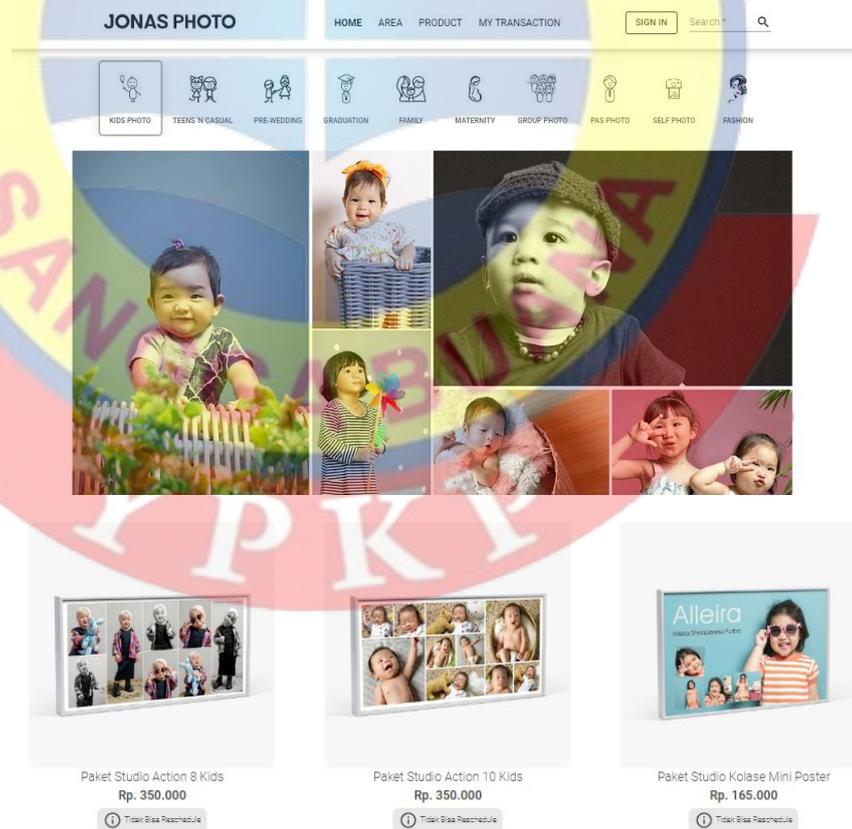
Produk photo studio di JONAS Photo tersedia untuk beberapa pilihan seperti, Kids Photo, Casual, Pre Wedding, Graduation, Family, Group Photo, Pas Photo, Self Photo, Fashion, dan Newborn.



Gambar 4. 2 Produk *Photo Studio* JONAS Photo

(Sumber : JONAS Photo, 2024)

### a. *Photo Studio Kids Photo*

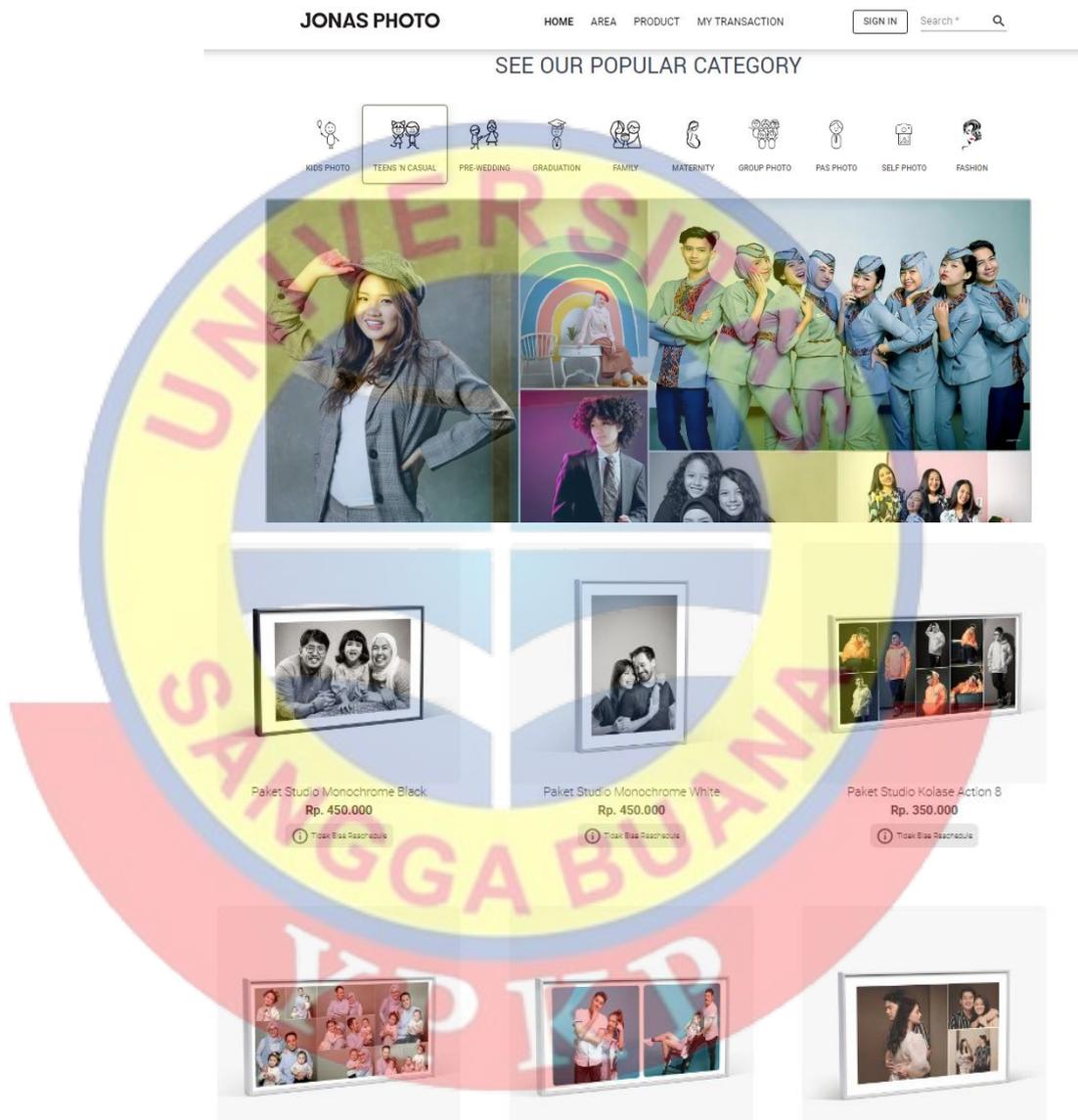


Gambar 4. 3 *Photo Studio Kids Photo*

(Sumber : JONAS Photo, 2024)

*Photo Studio Kids Photo* merupakan produk paket *photo studio* yang bertemakan anak-anak dengan pilihan paket monochrome dan kolase. Tersedia dalam ukuran blok 8RP, 12RP, dan 30x60.

b. *Photo Studio Teens 'N Casual*

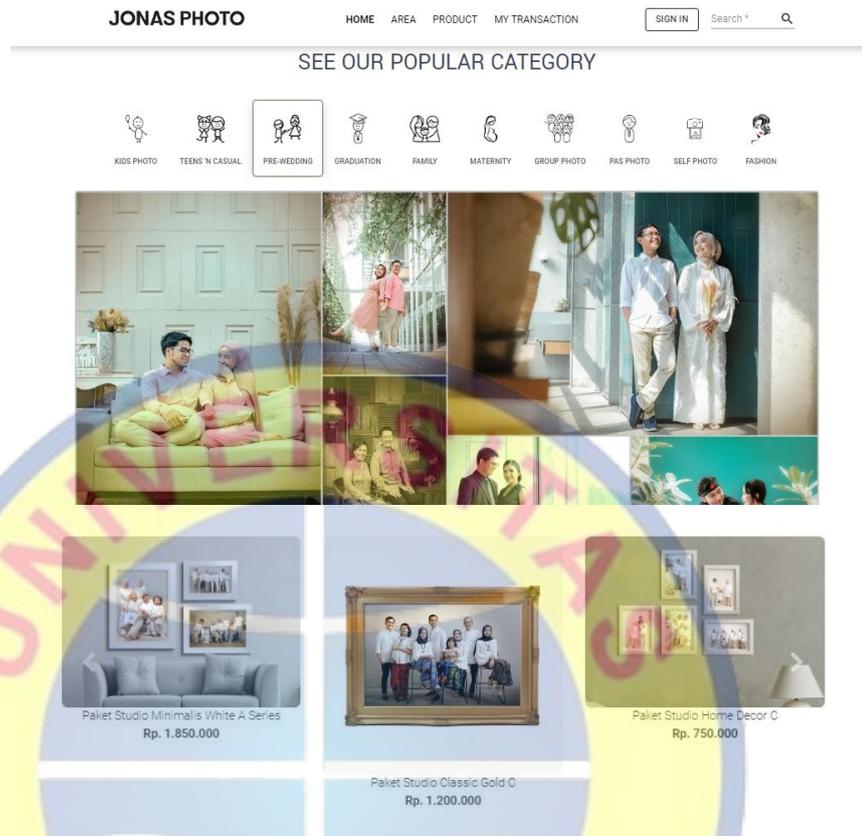


Gambar 4. 4 *Photo Studio Teens 'N Casual*

(Sumber : JONAS Photo, 2024)

*Photo Studio Teens 'N Casual* merupakan produk paket *photo studio* yang bertemakan casual dengan pilihan paket monochrome dan kolase. Tersedia dalam ukuran blok 8RP, 12RP, dan 30x60.

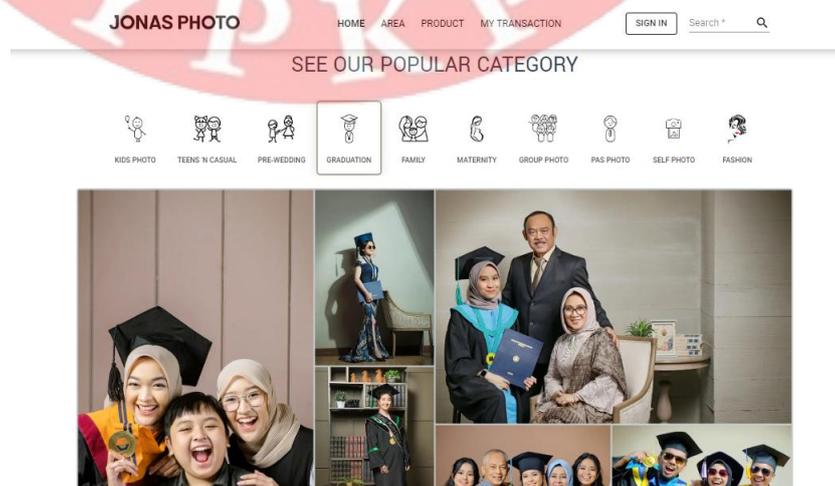
c. *Photo Studio Pre-Wedding*

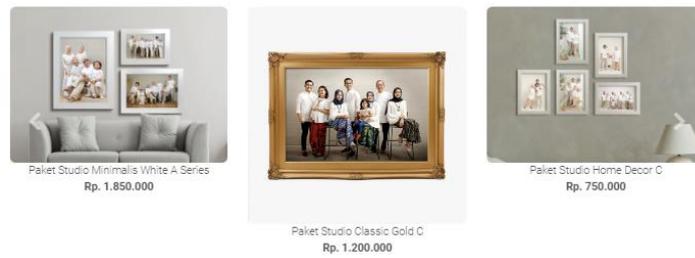


Gambar 4.5 *Photo Studio Pre-Wedding*  
(Sumber : JONAS Photo, 2024)

*Photo Studio Pre-Wedding* merupakan produk paket *photo studio* yang bertemakan *pre wedding*. Tersedia dengan pilihan paket dalam *frame* ukuran 8RP, 12RP, 16RP, dan 20RP.

d. *Photo Studio Graduation*



Gambar 4. 6 *Photo Studio Graduation*

(Sumber : JONAS Photo, 2024)

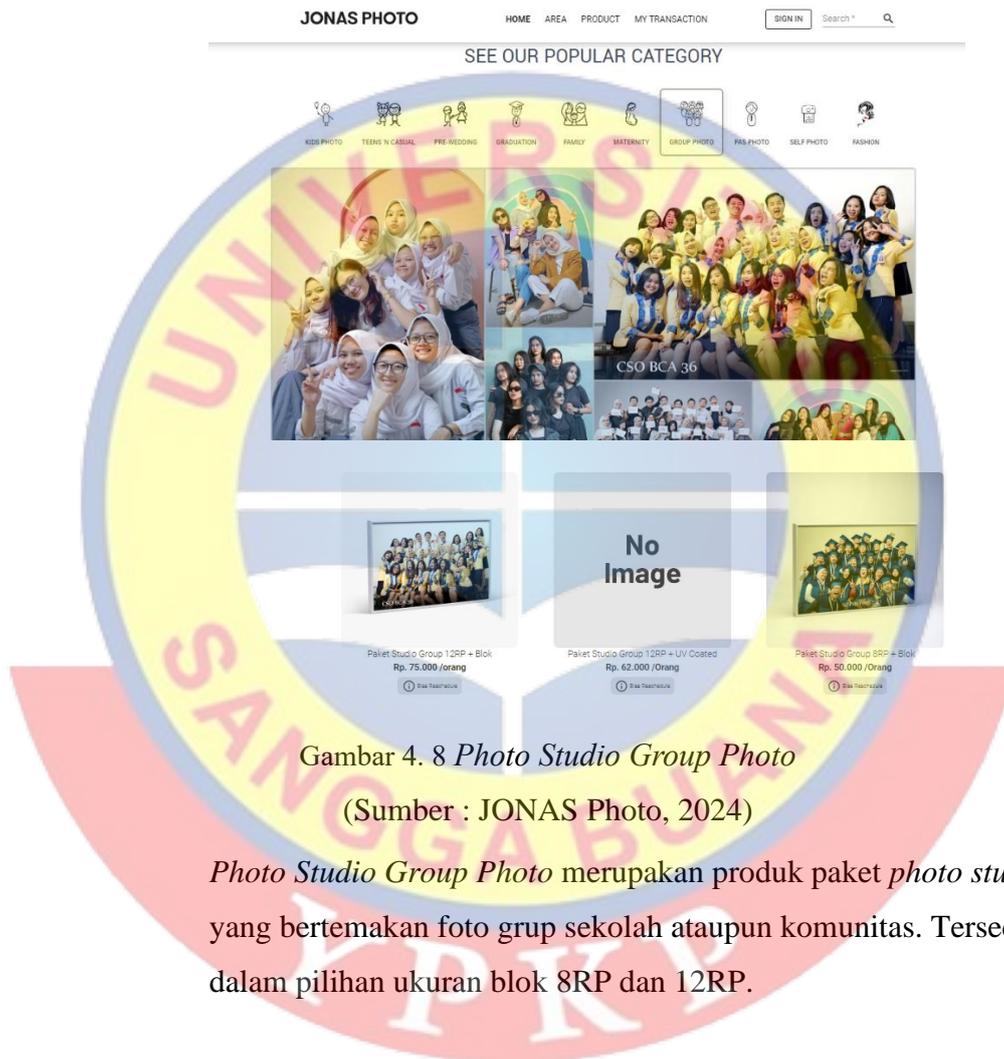
*Photo Studio Graduation* merupakan produk paket *photo studio* yang bertemakan kelulusan dan juga foto keluarga. Tersedia dengan pilihan paket dalam *frame* ukuran 8RP, 12RP, 16RP, dan 20RP.

e. *Photo Studio Family*Gambar 4. 7 *Photo Studio Family*

(Sumber : JONAS Photo, 2024)

*Photo Studio Family* merupakan produk paket *photo studio* yang bertemakan foto keluarga atau keluarga besar. Tersedia dengan pilihan paket dalam *frame* ukuran 8RP, 12RP, 16RP, 20RP, dan 24RP.

f. *Photo Studio Group Photo*



Gambar 4. 8 *Photo Studio Group Photo*

(Sumber : JONAS Photo, 2024)

*Photo Studio Group Photo* merupakan produk paket *photo studio* yang bertemakan foto grup sekolah ataupun komunitas. Tersedia dalam pilihan ukuran blok 8RP dan 12RP.

g. *Pas Photo*

The screenshot displays the JONAS PHOTO website interface. At the top, there is a navigation bar with 'HOME', 'AREA', 'PRODUCT', and 'MY TRANSACTION' links, along with a 'SIGN IN' button and a search field. Below the navigation bar, a section titled 'SEE OUR POPULAR CATEGORY' features a row of icons representing different photo services: KIDS PHOTO, TEENS 'N CASUAL, PRE-WEDDING, GRADUATION, FAMILY, MATERNITY, GROUP PHOTO, PAS PHOTO, SELF PHOTO, and FASHION. The 'PAS PHOTO' category is highlighted.

The main content area shows a grid of photo studio packages for 'Pas Photo'. Each package includes a preview image of the photo and its price:

- Paket Studio Pas Photo Retouch**: Rp. 50.000
- Paket Studio Pas Photo Profile**: Rp. 50.000
- Paket Studio Pas Photo Hajj/Umrah**: Rp. 50.000
- Paket Studio Pas Photo Custom**: Rp. 50.000
- Paket Studio Pas Photo Retouch (File Only)**: Rp. 50.000
- Paket Studio Pas Photo Regular**: Rp. 35.000

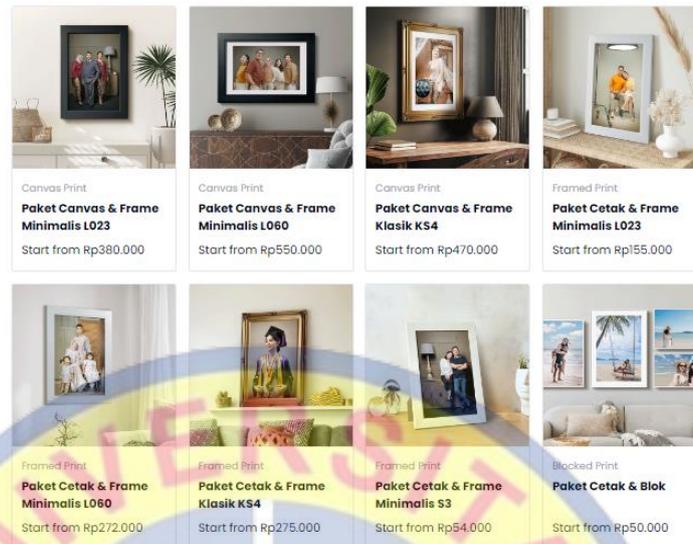
Each package also includes a 'Tidak Bisa Rasmanis' button. The background of the screenshot features a large, semi-transparent watermark of the Universitas Sanggabuana logo.

Gambar 4. 9 *Photo Studio Pas Photo*

(Sumber : JONAS Photo, 2024)

*Photo Studio Pas Photo* merupakan produk paket *photo studio* yang bertemakan formal untuk membuat *pas photo*. Tersedia dalam ukuran 3x4 dan 4x6 dengan berbagai pilihan paket *pas photo*.

## 2. Photo Print



Gambar 4. 10 Photo Print  
(Sumber : JONAS Photo, 2024)

JONAS Photo juga menyediakan jasa untuk photo print atau cetak *photo* yang tersedia untuk berbagai macam ukuran sesuai permintaan konsumen mulai dari 4R hingga 24RP.

## 3. Frame



Gambar 4. 11 Produk *Frame*  
(Sumber : JONAS Photo, 2024)

JONAS Photo menyediakan produk *frame photo* yang tersedia mulai dari ukuran kecil hingga ukuran besar mulai dari 4R hingga 24RP.

#### 4. *Art Print*



Gambar 4. 12 Produk *Art Print*

(Sumber : JONAS Photo, 2024)

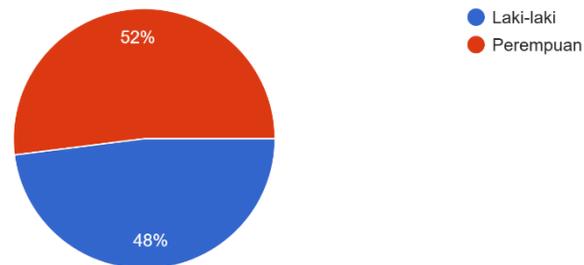
Selain menyediakan jasa cetak photo, JONAS Photo juga menyediakan produk *art print* yang tersedia dalam blok untuk bermacam ukuran.

#### 4.2 Data Kuesioner

Data kuesioner yang dibutuhkan terlebih dahulu yaitu mengenai data diri dari responden yang mencakup nama, jenis kelamin, dan umur. Dari kuesioner yang sudah disebar, didapatkan 125 responden. Berikut tabel dari data responden yang sudah diperoleh :



Jenis Kelamin  
125 responses



Gambar 4. 13 Grafik Jenis Kelamin Responden  
(Sumber : Diolah, 2024)

Gambar 4.13 menunjukkan hasil kuesioner yang dikirim ke pelanggan JONAS Photo menggunakan *Google Form*, dari 125 responden, 60 orang adalah laki-laki (48% dari total) dan 65 orang adalah perempuan (52% dari total). Untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dari kuesioner akurat dan dapat diandalkan, data profil responden digunakan sebagai referensi.

Umur  
125 responses



Gambar 4. 14 Grafik Umur Responden  
(Sumber : Diolah, 2024)

Berdasarkan gambar 4.14, dapat dilihat dari kuesioner yang sudah disebarkan pada konsumen JONAS Photo melalui *google form*, bahwa responden terdiri dari umur 17 tahun hingga 56 tahun. Data profil responden

digunakan untuk acuan dalam pengambilan data kuesioner agar data yang diambil adalah data yang benar dan valid.

### 4.3 Pengolahan Data

Pengolahan data dimulai dari pengujian validitas dan reliabilitas menggunakan *software* SPSS pada data yang sudah didapatkan, dilakukan perhitungan *SERVQUAL*, dilanjutkan dengan perhitungan *IPA*, lalu dilihat data dari responden untuk mengetahui usulan inovasi yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

#### 4.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji yang digunakan untuk mengukur valid atau tidak suatu data kuesioner. Uji ini dilakukan agar jawaban dari kuesioner ini dapat digunakan dalam penelitian.

##### a. Menentukan Hipotesis

$H_0$  = Skor item tidak berkorelasi positif dengan skor total.  
 $H_1$  = Skor item berkorelasi positif dengan skor total.

##### b. Menentukan Nilai rtabel

Dari nilai tabel,  $df = (\text{jumlah kasus atau responden}) - 2$ , dalam penelitian ini  $df = 125 - 2 = 123$ . Dan tingkat signifikansi 5%, maka akan didapatkan nilai rtabel sebesar 0.1478.

Tabel 4. 2 Nilai rtabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082

110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

c. Mencari nilai r hitung

Setelah menjalankan data menggunakan SPSS 26, didapatkan nilai r hitung. Pada kolom *Correlation* di *output* SPSS 26.

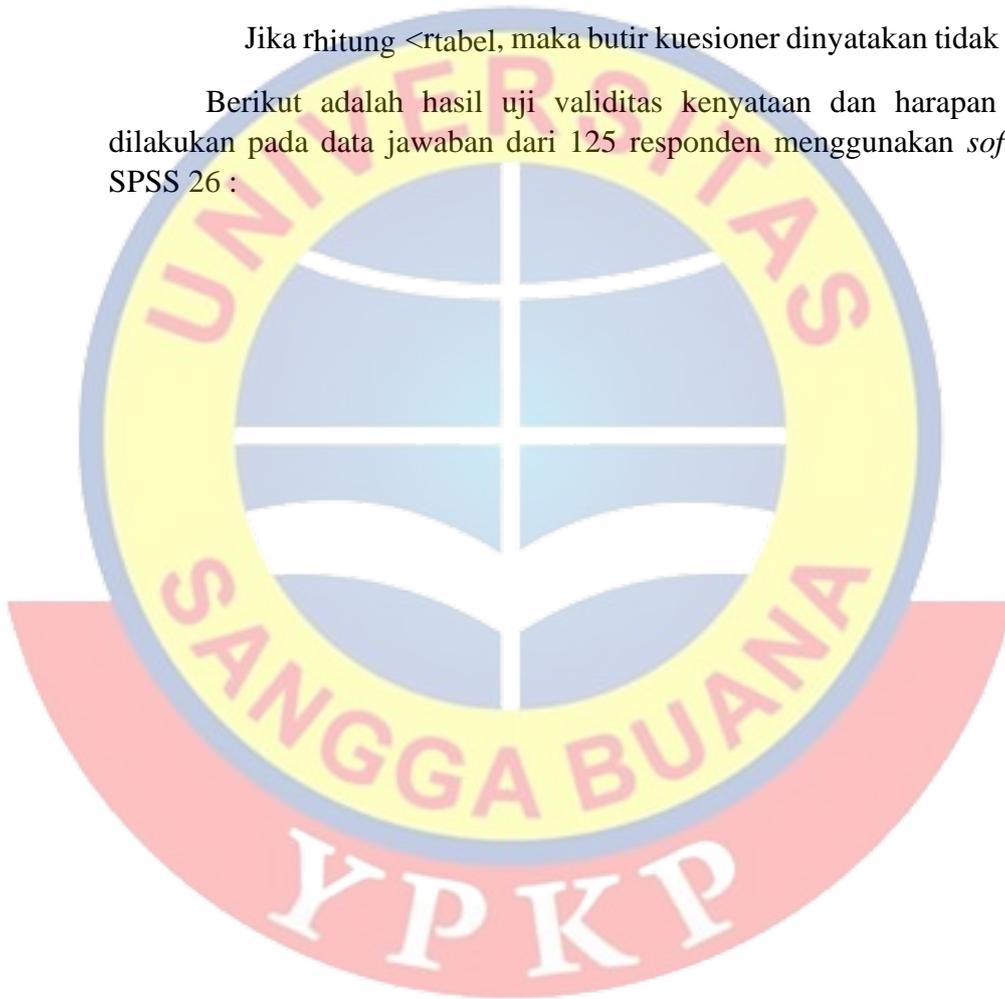
d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan, yaitu

Jika r hitung  $> r_{tabel}$ , maka butir kuesioner dinyatakan *valid*.

Jika r hitung  $< r_{tabel}$ , maka butir kuesioner dinyatakan tidak *valid*.

Berikut adalah hasil uji validitas kenyataan dan harapan yang dilakukan pada data jawaban dari 125 responden menggunakan *software* SPSS 26 :



		Correlations														
		R1	R2	R3	E1	E2	E3	RP1	RP2	RP3	T1	T2	A1	A2	A3	TOTAL
R1	Pearson Correlation	1	.480**	.570**	.206	.357**	.447**	.374**	.436**	.368**	.376**	.373**	.316**	.396**	.277**	.662**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,021	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
R2	Pearson Correlation	.480**	1	.566**	.394**	.275**	.393**	.335**	.532**	.435**	.409**	.440**	.398**	.498**	.282**	.707**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
R3	Pearson Correlation	.570**	.566**	1	.374**	.550**	.479**	.497**	.489**	.421**	.353**	.364**	.394**	.396**	.364**	.748**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
E1	Pearson Correlation	.206	.394**	.374**	1	.491**	.394**	.368**	.482**	.417**	.322**	.295**	.447**	.467**	.400**	.650**
	Sig. (2-tailed)	0,021	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
E2	Pearson Correlation	.357**	.275**	.550**	.491**	1	.386**	.412**	.482**	.377**	.253**	.386**	.451**	.419**	.388**	.672**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,002	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,004	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
E3	Pearson Correlation	.447**	.393**	.479**	.394**	.386**	1	.339**	.316**	.396**	.248**	.286**	.239**	.278**	.358**	.613**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,005	0,001	0,007	0,002	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
RP1	Pearson Correlation	.374**	.335**	.497**	.368**	.412**	.339**	1	.396**	.360**	.340**	.469**	.350**	.247**	.346**	.632**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
RP2	Pearson Correlation	.436**	.532**	.489**	.482**	.482**	.316**	.396**	1	.258**	.475**	.457**	.454**	.492**	.251**	.715**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,004	0,000	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
RP3	Pearson Correlation	.368**	.435**	.421**	.417**	.377**	.396**	.360**	.258**	1	.215**	.270**	.456**	.376**	.528**	.625**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,004		0,016	0,002	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
T1	Pearson Correlation	.376**	.409**	.353**	.322**	.253**	.248**	.340**	.475**	.215**	1	.487**	.280**	.438**	.239**	.594**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,004	0,005	0,000	0,000	0,016		0,000	0,002	0,000	0,007	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
T2	Pearson Correlation	.373**	.440**	.364**	.295**	.386**	.286**	.469**	.457**	.270**	.487**	1	.488**	.381**	.386**	.658**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,001	0,000	0,000	0,002	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
A1	Pearson Correlation	.316**	.398**	.394**	.447**	.451**	.239**	.350**	.454**	.456**	.280**	.488**	1	.451**	.519**	.667**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,007	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
A2	Pearson Correlation	.396**	.498**	.396**	.467**	.419**	.278**	.247**	.492**	.376**	.438**	.381**	.451**	1	.364**	.667**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,005	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
A3	Pearson Correlation	.277**	.282**	.364**	.400**	.388**	.358**	.346**	.251**	.528**	.239**	.386**	.519**	.364**	1	.604**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,005	0,000	0,007	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.662**	.707**	.748**	.650**	.672**	.613**	.632**	.715**	.625**	.594**	.658**	.667**	.667**	.604**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125	125

Tabel 4. 3 Output Uji Validitas Kenyataan

(Sumber : Diolah, 2024)

Tabel 4. 4 Uji Validitas Kenyataan

Dimensi	No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Hasil
<b>Reliability</b>	1	JONAS Photo memberikan layanan kepada konsumennya dengan jelas dan tanpa kesalahan atau kekeliruan.	0,662	0,1478	<b>Valid</b>
	2	JONAS Photo menyelesaikan order konsumennya dengan tepat waktu sesuai dengan waktu selesai order yang sudah dijanjikan.	0,707	0,1478	<b>Valid</b>
	3	JONAS Photo memproses komplain konsumennya dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain-lain.	0,748	0,1478	<b>Valid</b>
<b>Empathy</b>	4	Pegawai JONAS Photo menyambut dan melayani konsumennya dengan baik dari mulai datang sampai selesai bertransaksi.	0,65	0,1478	<b>Valid</b>
	5	JONAS Photo melayani komplain dan keluhan konsumen dengan baik dan sabar.	0,672	0,1478	<b>Valid</b>
	6	Pegawai JONAS Photo memberikan tawaran untuk membantu membawakan produk dengan ukuran besar yang sulit dibawa oleh konsumennya.	0,613	0,1478	<b>Valid</b>
<b>Responsiveness</b>	7	Proses melakukan order photo studio di JONAS Photo mudah dan tidak membingungkan.	0,632	0,1478	<b>Valid</b>
	8	Proses pengambilan order selesai di JONAS Photo mudah dan cepat.	0,715	0,1478	<b>Valid</b>
	9	Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio dan menunjukkan contoh hasilnya kepada konsumen yang akan melakukan photo studio.	0,625	0,1478	<b>Valid</b>
<b>Tangible</b>	10	Produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan display yang ditampilkan di store nya.	0,594	0,1478	<b>Valid</b>
	11	Kualitas produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan harga yang diberikan pada konsumen.	0,658	0,1478	<b>Valid</b>
<b>Assurance</b>	12	Pembawaan dan penyampaian Fotografer di JONAS Photo saat photo studio tidak membuat bosan konsumennya.	0,667	0,1478	<b>Valid</b>
	13	Pegawai Jonas Photo memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan konsumennya mengenai photo studio dan produk produk yang tersedia.	0,667	0,1478	<b>Valid</b>
	14	Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio yang sesuai dengan budget konsumen.	0,604	0,1478	<b>Valid</b>

(Sumber : Diolah, 2024)

Sebelum validitas dilakukan terhadap jawaban 125 responden untuk mencari nilai korelasi (rhitung) yang akan dibandingkan dengan nilai pada rtabel sebelum dilakukan perhitungan *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis*. Kuesioner dianggap valid jika rhitung lebih besar dari rtabel. Setelah dilakukan uji validitas terhadap jawaban responden, terbukti bahwa rhitung lebih tinggi dari rtabel, dengan nilai 0,1478. Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 4.4, maka kuesioner tersebut valid.



Correlations																
		R1	R2	R3	E1	E2	E3	RP1	RP2	RP3	T1	T2	A1	A2	A3	TOTAL
R1	Pearson Correlation	1	.309	.663	.410	.626	.573	.653	.486	.625	.430	.522	.627	.532	.544	.781
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
R2	Pearson Correlation	.309	1	.328	.457	.447	.338	.460	.567	.402	.360	.458	.397	.466	.461	.615
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
R3	Pearson Correlation	.663	.328	1	.443	.552	.619	.522	.438	.649	.433	.514	.573	.533	.533	.755
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
E1	Pearson Correlation	.410	.457	.443	1	.568	.516	.504	.591	.554	.418	.379	.559	.506	.549	.723
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	124	124	124	124	124	124	124	124	124	123	124	124	124	124	124
E2	Pearson Correlation	.626	.447	.552	.568	1	.488	.681	.413	.671	.443	.512	.594	.524	.572	.789
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
E3	Pearson Correlation	.573	.338	.619	.516	.488	1	.551	.399	.576	.397	.437	.507	.526	.619	.735
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
RP1	Pearson Correlation	.653	.460	.522	.504	.681	.551	1	.391	.673	.429	.524	.598	.591	.579	.804
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
RP2	Pearson Correlation	.486	.567	.438	.591	.413	.399	.391	1	.364	.346	.499	.466	.433	.416	.650
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
RP3	Pearson Correlation	.625	.402	.649	.554	.671	.576	.673	.364	1	.450	.462	.584	.652	.628	.803
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
T1	Pearson Correlation	.430	.360	.433	.418	.443	.397	.429	.346	.450	1	.274	.420	.521	.373	.612
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,002	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	124	124	124	123	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124	124
T2	Pearson Correlation	.522	.458	.514	.379	.512	.437	.524	.499	.462	.274	1	.453	.447	.514	.677
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
A1	Pearson Correlation	.627	.397	.573	.559	.594	.507	.598	.466	.584	.420	.453	1	.438	.573	.754
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
A2	Pearson Correlation	.532	.466	.533	.506	.524	.526	.591	.433	.652	.521	.447	.438	1	.513	.757
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
A3	Pearson Correlation	.544	.461	.533	.549	.572	.619	.579	.416	.628	.373	.514	.573	.513	1	.770
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125
TOTAL	Pearson Correlation	.781	.615	.755	.723	.789	.735	.804	.650	.803	.612	.677	.754	.757	.770	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	125	125	125	124	125	125	125	125	125	124	125	125	125	125	125

Tabel 4. 5 Output Uji Validitas Harapan

(Sumber : Diolah, 2024)

Tabel 4. 6 Uji Validitas Harapan

Dimensi	No	Pernyataan	rhitung	rtabel	Hasil
<b>Reliability</b>	1	JONAS Photo memberikan layanan kepada konsumennya dengan jelas dan tanpa kesalahan atau kekeliruan.	0,781	0,1478	<b>Valid</b>
	2	JONAS Photo menyelesaikan order konsumennya dengan tepat waktu sesuai dengan waktu selesai order yang sudah dijanjikan.	0,615	0,1478	<b>Valid</b>
	3	JONAS Photo memproses komplain konsumennya dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain-lain.	0,755	0,1478	<b>Valid</b>
<b>Emphaty</b>	4	Pegawai JONAS Photo menyambut dan melayani konsumen nya dengan baik dari mulai datang sampai selesai bertransaksi.	0,723	0,1478	<b>Valid</b>
	5	JONAS Photo melayani komplain dan keluhan konsumen dengan baik dan sabar.	0,789	0,1478	<b>Valid</b>
	6	Pegawai JONAS Photo memberikan tawaran untuk membantu membawakan produk dengan ukuran besar yang sulit dibawa oleh konsumennya.	0,735	0,1478	<b>Valid</b>
<b>Responsiveness</b>	7	Proses melakukan order photo studio di JONAS Photo mudah dan tidak membingungkan.	0,804	0,1478	<b>Valid</b>
	8	Proses pengambilan order selesai di JONAS Photo mudah dan cepat.	0,65	0,1478	<b>Valid</b>
	9	Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio dan menunjukkan contoh hasil nya kepada konsumen yang akan melakukan photo studio.	0,803	0,1478	<b>Valid</b>
<b>Tangible</b>	10	Produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan display yang ditampilkan di store nya.	0,612	0,1478	<b>Valid</b>
	11	Kualitas produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan harga yang diberikan pada konsumen.	0,677	0,1478	<b>Valid</b>
<b>Assurance</b>	12	Pembawaan dan penyampaian Fotografer di JONAS Photo saat photo studio tidak membuat bosan konsumennya.	0,754	0,1478	<b>Valid</b>
	13	Pegawai Jonas Photo memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan konsumennya mengenai photo studio dan produk produk yang tersedia.	0,757	0,1478	<b>Valid</b>
	14	Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio yang sesuai dengan budget konsumen.	0,77	0,1478	<b>Valid</b>

(Sumber : Diolah, 2024)

Sama seperti kuesioner kenyataan, 125 responden divalidasi jawabannya untuk mendapatkan nilai korelasi (atau rhitung), yang kemudian akan dibandingkan dengan angka pada rtabel. Kuesioner dianggap valid jika rhitung lebih besar dari rtabel. Terlihat jelas bahwa rhitung  $>$  rtabel (0.1478) setelah dilakukan uji validitas jawaban responden. Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa kuesioner tersebut valid.

#### 4.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbedabeda. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika  $\geq 0.700$ . Jika nilai *alpha*  $> 0.7$  artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika *alpha*  $> 0.80$  ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakanya sebagai berikut: Jika *alpha*  $> 0.90$  maka reliabilitas sempurna. Jika *alpha* antara 0.70 – 0.90 maka reliabilitas tinggi. Jika *alpha* 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika *alpha*  $< 0.50$  maka reliabilitas rendah. Jika *alpha* rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas kenyataan dan harapan dari 125 responden menggunakan *software* SPSS 26 :

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
R1	52,28	44,074	0,585	0,892
R2	52,00	43,758	0,640	0,890
R3	52,33	43,367	0,690	0,887
E1	52,05	45,207	0,584	0,892
E2	52,14	44,915	0,608	0,891
E3	52,26	44,728	0,528	0,895
RP1	52,04	45,281	0,562	0,893
RP2	51,96	43,652	0,650	0,889
RP3	52,01	46,056	0,563	0,893
T1	51,98	45,443	0,515	0,895
T2	51,94	45,044	0,592	0,892
A1	51,94	45,069	0,603	0,891
A2	51,98	45,298	0,606	0,891
A3	52,03	46,031	0,536	0,894

Tabel 4. 7 *Output Uji Reliabilitas Kenyataan*

(Sumber : Diolah, 2024)

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
R1	57,82	36,623	0,731	0,928
R2	57,72	38,353	0,556	0,933
R3	57,74	36,784	0,715	0,928
E1	57,78	36,665	0,673	0,929
E2	57,80	36,524	0,740	0,927
E3	57,93	35,979	0,690	0,929
RP1	57,76	36,362	0,759	0,927
RP2	57,79	37,988	0,598	0,932
RP3	57,71	36,504	0,773	0,926
T1	57,82	37,869	0,547	0,933
T2	57,76	37,989	0,611	0,931
A1	57,72	36,681	0,713	0,928
A2	57,78	36,665	0,736	0,928
A3	57,73	36,657	0,733	0,928

Tabel 4. 8 *Output Uji Reliabilitas Harapan*

(Sumber : Diolah, 2024)

Tabel 4. 9 *Uji Reliabilitas Kenyataan dan Harapan*

No	Indikator	Cronbach's Alpha	r <sub>tabel</sub>	Hasil
1.	Kenyataan	0,899	0,5	Reliabel
2.	Harapan	0,934	0,5	Reliabel

(Sumber : Diolah, 2024)

Tabel 4.9 menunjukkan hasil uji reliabilitas kenyataan dan harapan yang dilakukan terhadap 125 responden; dengan nilai *alpha* sebesar 0.899 untuk kenyataan dan 0.934 untuk harapan (lebih besar dari 0.5), maka kuesioner tersebut dapat dengan aman digunakan untuk penelitian.

#### 4.5.3 Perhitungan *Service Quality (Servqual)*

##### 4.5.3.1 *Reliability*

*Reliability* adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan terhadap pelanggan. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada dimensi ini semua pernyataan memiliki nilai negatif (-). Jumlah rata-rata nilai *gap* pada dimensi *reliability* adalah -0,589. Dapat dilihat pada tabel 4.10 .

Tabel 4. 10 Nilai *Gap Reliability*

Atribut	Pertanyaan	Kenyataan	Harapan	<i>Gap</i>
R1	JONAS Photo memberikan layanan kepada konsumennya dengan jelas dan tanpa kesalahan atau kekeliruan.	3,792	4,392	-0,600
R2	JONAS Photo menyelesaikan order konsumennya dengan tepat waktu sesuai dengan waktu selesai order yang sudah dijanjikan.	4,072	4,504	-0,432
R3	JONAS Photo memproses komplain konsumennya dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain-lain.	3,744	4,480	-0,736
Rata-Rata		3,869	4,459	-0,589

(Sumber : Diolah, 2024)

#### 4.5.3.2 *Emphaty*

*Emphaty* adalah adanya perhatian secara individual dari perusahaan terhadap konsumennya. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada dimensi ini semua pernyataan memiliki nilai negatif (-). Jumlah rata-rata nilai *gap* pada dimensi *Emphaty* adalah -0,460. Dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4. 11 Nilai *Gap Emphaty*

Atribut	Pertanyaan	Kenyataan	Harapan	<i>Gap</i>
E1	Pegawai JONAS Photo menyambut dan melayani konsumennya dengan baik dari mulai datang sampai selesai bertransaksi.	4,024	4,435	-0,411
E2	JONAS Photo melayani keluhan dan komplain konsumen dengan baik dan sabar.	3,928	4,416	-0,488
E3	Pegawai JONAS Photo memberikan tawaran untuk membantu membawakan produk dengan ukuran besar yang sulit dibawa oleh konsumennya.	3,808	4,288	-0,480
Rata-Rata		3,920	4,380	-0,460

(Sumber : Diolah, 2024)

#### 4.5.3.3 *Responsiveness*

*Responsiveness* adalah adanya keinginan dari karyawan atau perusahaan untuk menolong pelanggan dan menyediakan kecepatan serta ketepatan dalam melayani pelanggan. Harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan akan semakin meningkat dari waktu ke waktu karena pelanggan sangat ingin dilayani dengan cepat atau menjadi prioritas utama ketika datang ke perusahaan tersebut. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada dimensi ini semua pernyataan memiliki nilai negatif (-). Jumlah rata-

rata nilai *gap* pada dimensi *responsiveness* adalah -0,392. Dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4. 12 Nilai *Gap Responsiveness*

Atribut	Pertanyaan	Kenyataan	Harapan	<i>Gap</i>
RP1	Proses melakukan order photo studio di JONAS Photo mudah dan tidak membingungkan.	4,032	4,440	-0,408
RP2	Proses pengambilan order selesai di JONAS Photo mudah dan cepat.	4,112	4,432	-0,320
RP3	Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio dan menunjukkan contoh hasil nya kepada konsumen yang akan melakukan photo studio.	4,064	4,512	-0,448
Rata-Rata		4,069	4,461	-0,392

(Sumber : Diolah, 2024)

#### 4.5.3.4 *Tangible*

*Tangible* atau bukti fisik dapat diartikan sebagai tampilan fisik perusahaan yakni dengan adanya fasilitas-fasilitas yang ada pada perusahaan yang bisa dirasakan langsung oleh pelanggan. Dimensi ini adalah dimensi yang pertama kali dirasakan oleh pelanggan, karena suatu *service* tidak terlihat atau dirasakan oleh indera manusia, maka aspek *tangible* menjadi bagian penting dari *service quality*. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada dimensi ini semua pernyataan memiliki nilai negatif (-). Jumlah rata-rata nilai *gap* pada dimensi *tangible* adalah -0,314. Dapat dilihat pada tabel 4.13.

Tabel 4. 13 Nilai *Gap Tangible*

Atribut	Pertanyaan	Kenyataan	Harapan	Gap
T1	Produk hasil cetak foto dan <i>frame</i> atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan display yang ditampilkan di <i>store</i> nya.	4,096	4,403	-0,307
T2	Kualitas produk hasil cetak foto dan <i>frame</i> atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan harga yang diberikan pada konsumen.	4,136	4,456	-0,320
Rata-Rata		4,116	4,430	-0,314

(Sumber : Diolah, 2024)

#### 4.5.3.5 Assurance

*Assurance* adalah pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya terhadap pelanggan kepada perusahaan. Berdasarkan perhitungan nilai *gap* pada dimensi ini semua pernyataan memiliki nilai negatif (-). Jumlah rata-rata nilai *gap* pada dimensi *assurance* adalah -0,381. Dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4. 14 Nilai *Gap Assurance*

Atribut	Pertanyaan	Kenyataan	Harapan	Gap
A1	Pembawaan dan penyampaian Fotografer di JONAS Photo saat photo studio tidak membuat bosan konsumennya.	4,128	4,504	-0,376
A2	Pegawai Jonas Photo memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan konsumennya mengenai photo studio dan produk produk yang tersedia.	4,096	4,424	-0,328
A3	Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio yang sesuai dengan budget konsumen.	4,040	4,480	-0,440
Rata-Rata		4,088	4,469	-0,381

(Sumber : Diolah, 2024)

#### 4.5.3.6 Nilai *Gap* Keseluruhan

Berdasarkan hasil perhitungan pengolahan data *gap* keseluruhan, maka diperoleh nilai rata-rata dari kenyataan dan harapan setiap atribut pernyataan dari semua dimensi yaitu sebesar 4,005 dan 4,440 sementara rata – rata nilai *gap* keseluruhan yaitu sebesar -0.435. Dapat dilihat pada tabel 4.15.

Tabel 4. 15 Nilai *Gap* Keseluruhan

Dimensi	Kenyataan	Harapan	Gap
<i>Reliability</i>	3,792	4,392	-0,600
	4,072	4,504	-0,432
	3,744	4,480	-0,736
<i>Emphaty</i>	4,024	4,435	-0,411
	3,928	4,416	-0,488
	3,808	4,288	-0,480
<i>Responsiveness</i>	4,032	4,440	-0,408
	4,112	4,432	-0,320
	4,064	4,512	-0,448
<i>Tangible</i>	4,096	4,403	-0,307
	4,136	4,456	-0,320
<i>Assurance</i>	4,128	4,504	-0,376
	4,096	4,424	-0,328
	4,040	4,480	-0,440
<b>Rata - Rata Total</b>	4,005	4,440	-0,435

(Sumber : Diolah, 2024)

#### 4.5.3.7 Perhitungan Kualitas Pelayanan

Untuk menganalisis kualitas akan jasa pelayanan yang telah diberikan, maka digunakan rumus.

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

Jika Kualitas (Q)  $\geq 1$ , maka kualitas pelayanan dikatakan baik. Jika melihat yang ditunjukkan pada tabel 4.16, semua dimensi memiliki nilai kualitas pelayanan  $\leq 1$  dengan nilai rata – rata 0,904.

Tabel 4. 16 Nilai Kualitas Pelayanan

No	Dimensi	Persepsi (P)	Harapan (H)	Gap	Q = P/H
1	<b>Reliability</b>	3,869	4,459	-0,589	0,868
2	<b>Emphaty</b>	3,920	4,380	-0,460	0,895
3	<b>Responsiveness</b>	4,069	4,461	-0,392	0,912
4	<b>Tangible</b>	4,116	4,430	-0,314	0,929
5	<b>Assurance</b>	4,088	4,469	-0,381	0,915
	<b>Rata - Rata</b>	4,013	4,440	-0,435	0,904

(Sumber : Diolah, 2024)

#### 4.5.4 *Importance Performance Analysis*

Setelah mengetahui nilai *gap* secara keseluruhan akan dilanjutkan dengan analisis persepsi dan harapan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui posisi tiap atribut dalam pelayanan terhadap konsumen JONAS Photo berdasarkan tingkat persepsi dan tingkat harapan. Analisis kuadran persepsi – harapan menggunakan diagram Kartesius, sebelum menampilkan hasil pada diagram terlebih dahulu mengetahui tingkat persepsi dan harapan yang diperoleh dari rata-rata tiap tingkat persepsi/kenyataan (X) dan rata-rata tingkat kepentingan/harapan (Y) kemudian data tersebut dijelaskan dalam diagram Kartesius, sehingga diketahui letak kuadran tiap dimensi atau keseluruhan. Data nilai tingkat kinerja-kepentingan dan letak kuadran masing-masing atribut dapat dilihat pada tabel 4.17.

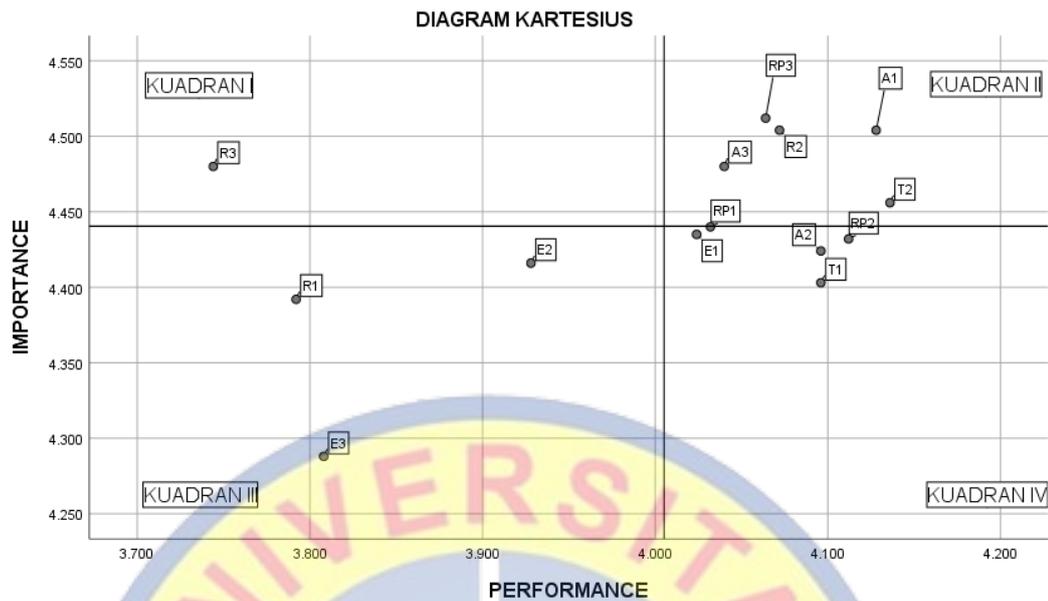
Tabel 4. 17 Kuadran IPA

<b>Dimensi</b>	<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Gap</b>	<b>Kuadran</b>
<b>Reliability</b>	1	JONAS Photo memberikan layanan kepada konsumennya dengan jelas dan tanpa kesalahan atau kekeliruan.	-0,600	<b>III</b>
	2	JONAS Photo menyelesaikan order konsumennya dengan tepat waktu sesuai dengan waktu selesai order yang sudah dijanjikan.	-0,432	<b>II</b>
	3	JONAS Photo memproses komplain konsumennya dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain-lain.	-0,736	<b>I</b>
<b>Emphaty</b>	4	Pegawai JONAS Photo menyambut dan melayani konsumennya dengan baik dari mulai datang sampai selesai bertransaksi.	-0,411	<b>IV</b>
	5	JONAS Photo melayani komplain dan keluhan konsumen dengan baik dan sabar.	-0,488	<b>III</b>
	6	Pegawai JONAS Photo memberikan tawaran untuk membantu membawakan produk dengan ukuran besar yang sulit dibawa oleh konsumennya.	-0,480	<b>III</b>
<b>Responsiveness</b>	7	Proses melakukan order photo studio di JONAS Photo mudah dan tidak membingungkan.	-0,408	<b>II</b>
	8	Proses pengambilan order selesai di JONAS Photo mudah dan cepat.	-0,320	<b>IV</b>
	9	Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio dan menunjukan contoh hasilnya kepada konsumen yang akan melakukan photo studio.	-0,448	<b>II</b>
<b>Tangible</b>	10	Produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan display yang ditampilkan di store nya.	-0,307	<b>IV</b>

	11	Kualitas produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan harga yang diberikan pada konsumen.	-0,320	<b>II</b>
<i>Assurance</i>	12	Pembawaan dan penyampaian Fotografer di JONAS Photo saat photo studio tidak membuat bosan konsumennya.	-0,376	<b>II</b>
	13	Pegawai Jonas Photo memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan konsumennya mengenai photo studio dan produk produk yang tersedia.	-0,328	<b>IV</b>
	14	Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio yang sesuai dengan budget konsumen.	-0,440	<b>II</b>

(Sumber : Diolah, 2024)

Cara membuat diagram Kartesius adalah dengan membagi bagan menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik X dan Y, dimana X adalah rata-rata dari seluruh atribut skor tingkat kinerja/persepsi dan Y adalah rata-rata dari seluruh atribut tingkat kepentingan/harapan. Dalam penelitian ini, diagram Kartesius *Importance Performance Analisis (IPA)* dibuat dengan menggunakan SPSS. Output dari SPSS berupa diagram dapat dilihat pada gambar 4.15 seperti dibawah ini.



Gambar 4. 15 Kuadran *IPA*  
(Sumber : Diolah, 2024)

#### 4.5.5 Data responden

Berdasarkan data responden yang dapat dilihat pada gambar 4.14, didapatkan 5 kelompok responden terbanyak yaitu responden dengan umur 21 tahun sampai dengan 25 tahun. Responden dengan umur 21 tahun sebanyak 11 orang atau 8,8%, 22 tahun sebanyak 16 orang atau 12,8%, 23 tahun sebanyak 11 orang atau 8,8%, 24 tahun sebanyak 17 orang atau 13,6%, dan 25 tahun sebanyak 13,6%. Data ini digunakan untuk acuan dalam memberikan usulan inovasi yang dapat dilakukan oleh JONAS Photo untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

## **BAB V**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas**

Untuk mengetahui kualitas pelayanan di JONAS Photo, maka dibutuhkan dimensi yang dapat mengukurnya, terdapat lima dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan di suatu perusahaan. Yaitu dimensi *Reliability* (kehandalan), *Empathy* (empati), *Responsiveness* (daya tanggap), *Tangible* (bukti fisik), dan *Assurance* (jaminan). Setiap dimensi tersebut dibuat dalam kuesioner yang memiliki atribut-atribut pertanyaan atau pernyataan untuk diberikan kepada konsumen JONAS Photo. Pada kuesioner penelitian ini terdapat 14 atribut pernyataan. Seluruh atribut pernyataan yang diajukan kepada responden akan diuji datanya menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan software *SPSS* untuk menunjukkan apakah data tersebut valid dan reliabel.

Berdasarkan hasil uji validitas yang bisa dilihat pada tabel 4.4 dan tabel 4.6, diketahui nilai *r* tabelnya yaitu 0,1478, semua data kuesioner baik dari kuesioner kenyataan dan harapan dinyatakan valid karena nilai *r* hitung lebih besar daripada nilai *r* tabel. Berdasarkan uji reliabilitas yang bisa dilihat pada tabel 4.9, data kuesioner kenyataan dan harapan dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,5. Yaitu sebesar 0,899 pada kenyataan dan 0,934 pada harapan.

Dari uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada data kuesioner kenyataan dan harapan, dinyatakan bahwa keseluruhan data dari responden valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan dalam perhitungan *Service Quality (Servqual)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

#### **5.2 Analisis Gap Butir Atribut**

Berdasarkan pengolahan data *servqual* yang sudah dilakukan, kemudian akan dianalisis faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya *gap* / kesenjangan yang terjadi antara kenyataan dan harapan konsumen JONAS Photo. Semakin besar *gap* yang dihasilkan dari sebuah perhitungan *Servqual*,

semakin kurang dari ekspektasi pelanggan atau kurang baiknya kualitas pelayanan jasa tersebut.

Oleh karena itu, prioritas perbaikan kualitas pelayanan jasa dilakukan dari *gap* atau kesenjangan terbesar. Sebaliknya, semakin kecilnya suatu *gap* (*gap* tersebut mendekati nol atau positif) semakin baik kualitas pelayanan jasa tersebut atau sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

#### 1. *Reliability* (Keandalan)

Berdasarkan nilai *gap* yang bisa dilihat pada tabel 4.10 Atribut R1 “JONAS Photo memberikan layanan kepada konsumennya dengan jelas dan tanpa kesalahan atau kekeliruan” memiliki nilai *gap* sebesar -0,600. Menandakan bahwa layanan yang diberikan perlu dilakukan perbaikan karena tidak memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang jelas dan tanpa kesalahan atau kekeliruan.

Atribut R2 “JONAS Photo menyelesaikan order konsumennya dengan tepat waktu sesuai dengan waktu selesai order yang sudah dijanjikan” memiliki nilai *gap* sebesar -0,432. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap waktu selesai order yang sudah dijanjikan.

Atribut R3 “JONAS Photo memproses komplain konsumennya dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain-lain” memiliki nilai *gap* sebesar -0,736. Menandakan bahwa layanan yang diberikan perlu dilakukan perbaikan karena tidak memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap proses komplain.

#### 2. *Empathy* (Empati)

Berdasarkan nilai *gap* yang bisa dilihat pada tabel 4.11 Atribut E1 “Pegawai JONAS Photo menyambut dan melayani konsumennya dengan baik dari mulai datang sampai selesai bertransaksi.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,411. Menandakan bahwa layanan yang diberikan

sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap sambutan dan pelayanan yang diberikan.

Atribut E2 “JONAS Photo melayani komplain dan keluhan konsumen dengan baik dan sabar.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,488. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan komplain atau keluhan.

Atribut E3 “Pegawai JONAS Photo memberikan tawaran untuk membantu membawakan produk dengan ukuran besar yang sulit dibawa oleh konsumennya.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,480. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan untuk pelayanan dalam membawa produk dengan ukuran besar.

### 3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Berdasarkan nilai *gap* yang bisa dilihat pada tabel 4.12 Atribut RP1 “Proses melakukan order *photo studio* di JONAS Photo mudah dan tidak membingungkan.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,408. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap proses melakukan order.

Atribut RP2 “Proses pengambilan order selesai di JONAS Photo mudah dan cepat.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,320. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap proses pengambilan order selesai.

Atribut RP3 “Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi *photo studio* dan menunjukkan contoh hasilnya kepada konsumen yang akan melakukan *photo studio*.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,448. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan

terhadap pelayanan dalam memberikan rekomendasi *photo studio* dan menunjukkan contoh hasil dari *photo studio*.

#### 4. *Tangible* (Bukti Fisik)

Berdasarkan nilai *gap* yang bisa dilihat pada tabel 4.13 Atribut T1 “Produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan display yang ditampilkan di store nya.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,307. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan dalam produk hasil cetak dan juga produk frame dari JONAS Photo.

Atribut T2 “Kualitas produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan harga yang diberikan pada konsumen.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,320. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan dalam kualitas produk hasil cetak dan juga produk frame dari JONAS Photo yang sesuai dengan harga yang diberikan.

#### 5. *Assurance* (Kepercayaan)

Berdasarkan nilai *gap* yang bisa dilihat pada tabel 4.14 Atribut A1 “Pembawaan dan penyampaian Fotografer di JONAS Photo saat photo studio tidak membuat bosan konsumennya.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,376. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap pembawaan dan penyampaian fotografer.

Atribut A2 “Pegawai Jonas Photo memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan konsumennya mengenai photo studio dan produk produk yang tersedia.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,328. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap pegawai JONAS Photo yang memiliki pengetahuan memadai

untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan.

Atribut A3 “Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio yang sesuai dengan budget konsumen.” memiliki nilai *gap* sebesar -0,440. Menandakan bahwa layanan yang diberikan sudah cukup baik karena mendekati 0 namun masih belum memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan dalam memberikan rekomendasi photo studio yang sesuai dengan budget pelanggan.

Berdasarkan pada hasil perhitungan *gap* yang bisa dilihat pada tabel 4.15, dari semua atribut pernyataan, yang memiliki nilai *gap* negatif paling besar ada pada atribut R3 “JONAS Photo memproses komplain konsumennya dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai *order*, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain-lain.” yaitu sebesar -0,736. Untuk memperbaiki pelayanannya agar sesuai dengan ekspektasi pelanggan, JONAS Photo bisa melakukan pelatihan kepada pegawainya untuk bisa memproses komplain dengan cepat. Selain itu, JONAS Photo juga perlu memastikan order yang dikerjakan selesai tepat waktu sesuai dengan waktu selesai order agar tidak terjadi keterlambatan.

Atribut R3 “JONAS Photo memproses komplain konsumennya dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain-lain” memiliki nilai *gap* sebesar -0,736 menjadi atribut yang memiliki nilai negatif terbesar. Untuk memperbaiki pelayanannya agar sesuai dengan ekspektasi pelanggan, JONAS Photo bisa melakukan pelatihan secara rutin kepada pegawainya untuk bisa memberikan layanan yang cepat dalam memproses komplain dari konsumennya.

#### 5.4 Analisis Perhitungan *Service Quality (Servqual)*

Pada analisis tingkat kualitas layanan pada JONAS Photo yang dapat dilihat pada tabel 4.16, dilihat pada nilai setiap dimensinya yang dihasilkan dari rumus persepsi dibagi harapan. Jika  $(Q) \geq 1$ , maka kesenjangan atas kualitas pelayanan bisa dikatakan baik. Jika  $(Q) < 1$ , maka kesenjangan atas kualitas pelayanan belum bisa dikatakan baik atau

belum memuaskan. Untuk dimensi *Reliability* dengan nilai kualitas (Q) adalah 0.868, kemudian pada dimensi *Empathy* memiliki nilai kualitas (Q) adalah 0.895, yang ketiga adalah dimensi *Responsiveness* dengan nilai kualitas (Q) yaitu 0.912. Kemudian pada dimensi *Tangible* dengan nilai kualitas (Q) yaitu 0,929. Pada dimensi yang terakhir adalah dimensi *Assurance* dengan nilai kualitas (Q) yaitu 0.915. Sedangkan pada rata-rata keseluruhan nilai kualitas (Q) sebesar 0.904. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada JONAS Photo belum memenuhi harapan atau ekspektasi dari konsumen karena tidak ada dimensi yang memiliki nilai kualitas pelayanan (Q)  $\geq 1$ . Maka pelayanan pelanggan JONAS Photo perlu ditingkatkan pada setiap dimensinya untuk mempertahankan eksistensi JONAS Photo di dunia fotografi.

### 5.5 Analisis *Importance performance analysis (IPA)*

Analisis *IPA* ini digunakan untuk membandingkan pelanggan terhadap tingkat kepentingan kualitas layanan (*Importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*Performance*). Rata-rata pada penilaian pelanggan kemudian di gambarkan dalam sebuah *Importance – Performance matrix* atau diagram kertasius, dimana sumbu horinzontal (X) mewakili tingkat kinerja dan sumbu vertikal (Y) mewakili tingkat kepentingan. Rata-rata pada tingkat kinerja digunakan sebagai garis pembatas untuk bisa membedakan anatar kinerja tinggi dan rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan digunakan sebagai garis pemabatas untuk memisahkan antara kepentingan tinggi dan rendah. Dengan menggunakan analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi area mana saja yang membutuhkan perbaikan atau pemeliharaan kualitas pelayanan berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan.

#### 1. Kuadran I

Pada kuadran I ini menunjukkan setiap dimensi atau atribut yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan akan tetapi dinilai masih belum seusai dengan keinginan pelanggan. Dimana dimensi-dimensi ini perlu untuk mendapatkan prioritas utama dalam

penanganan karena dianggap sangat penting oleh pelanggan. Berdasarkan kuadran *IPA* yang ada pada tabel 4.17, atribut yang berada pada kuadran I ini yaitu :

A. Atribut R3 “JONAS Photo memproses komplain konsumennya dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain-lain.”

## 2. Kuadran II

Pada kuadran II ini mencakup pada dimensi atau atribut yang memiliki kinerja tinggi dan dianggap sangat penting oleh pelanggan. Pelayanan dalam kategori ini telah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, sehingga perlu dipertahankan prestasinya untuk menjaga kepuasan pelanggan. Berdasarkan kuadran *IPA* yang ada pada tabel 4.17, atribut yang berada pada kuadran II ini yaitu :

A. Atribut R2 “JONAS Photo menyelesaikan order konsumennya dengan tepat waktu sesuai dengan waktu selesai order yang sudah dijanjikan.”

B. Atribut RP1 “Proses melakukan order photo studio di JONAS Photo mudah dan tidak membingungkan.”

C. Atribut RP3 “Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio dan menunjukan contoh hasil nya kepada konsumen yang akan melakukan photo studio.”

D. Atribut T2 “Kualitas produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan harga yang diberikan pada konsumen.”

E. Atribut A1 “Pembawaan dan penyampaian Fotografer di JONAS Photo saat photo studio tidak membuat bosan konsumennya.”

F. Atribut A3 “Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio yang sesuai dengan budget konsumen.”

### 3. Kuadran III

Pada kuadran III ini mencakup dimensi atau atribut yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja rendah. Dalam kuadran ini pelanggan tidak terlalu menekankan pentingnya dimensi-dimensi ini, dan kinerja yang rendah pada area ini tidak terlalu mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Berdasarkan kuadran *IPA* yang ada pada tabel 4.17, atribut yang berada pada kuadran III ini yaitu :

- A. R1 “JONAS Photo memberikan layanan kepada konsumennya dengan jelas dan tanpa kesalahan atau kekeliruan.”
- B. E3 “Pegawai JONAS Photo memberikan tawaran untuk membantu membawakan produk dengan ukuran besar yang sulit dibawa oleh konsumennya.”
- C. E2 “JONAS Photo melayani komplain dan keluhan konsumen dengan baik dan sabar.”

### 4. Kuadran IV

Kuadran IV ini mencakup dimensi atau atribut yang pelaksanaan layanannya sudah sangat baik, melebihi harapan, namun para pelanggan tidak menganggapnya sebagai prioritas utama. Berdasarkan kuadran *IPA* yang ada pada tabel 4.16, atribut yang berada pada kuadran IV ini yaitu :

- A. E1 “Pegawai JONAS Photo menyambut dan melayani konsumen nya dengan baik dari mulai datang sampai selesai bertransaksi.”
- B. RP2 “Proses pengambilan order selesai di JONAS Photo mudah dan cepat.”
- C. T1 “Produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan display yang ditampilkan di store nya.”

D. A2 “Pegawai Jonas Photo memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan konsumennya mengenai photo studio dan produk produk yang tersedia.”

Dengan memahami dan memetakan atribut – atribut ini ke dalam kuadran yang sesuai, JONAS Photo dapat lebih efektif dalam merencanakan dan mengimplementasikan strategi peningkatan kualitas layanan dan menjaga kualitas pada area yang sudah baik dan memfokuskan perbaikan pada area yang membutuhkan perhatian lebih agar memenuhi ekspektasi dari pelanggan JONAS Photo. Fokus utama diberikan pada atribut yang berada di kuadran I yaitu JONAS Photo perlu meningkatkan pelayanannya dalam memproses komplain pelanggan dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto dan juga kuadran II yang memiliki tingkat penting lebih tinggi dan kinerja yang perlu dijaga dan ditingkatkan agar dapat memenuhi kepuasan atau ekspektasi dari pelanggan terhadap pelayanan JONAS Photo, menjaga kualitas pada atribut yang ada di kuadran III ini tetap penting untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 5.6 Analisis Data Responden

Berdasarkan responden yang didapatkan, dilihat pada gambar 4.14, diketahui bahwa responden yang diambil dari pelanggan JONAS Photo Banda terbanyak ada pada umur 21 tahun hingga 25 tahun. Untuk dapat mempertahankan eksistensinya di bidang fotografi, JONAS Photo dapat melakukan inovasi pelayanan seperti *photo studio* ke rumah dan *photo studio* dengan pakaian adat, yang dapat diterapkan pada *photo studio* bertemakan keluarga, kelulusan, dan juga pernikahan.

## BAB VI

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Kualitas Pelayanan Di JONAS Photo Menggunakan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis*. Maka dapat disimpulkan bahwa :

Berdasarkan analisis perhitungan *servqual* yang sudah dilakukan, Kualitas pelayanan di JONAS Photo pada tahun 2023 belum bisa dikatakan baik karena skor *servqual* yang didapatkan pada lima dimensi *servqual* maupun dari nilai rata – rata nya tidak ada yang bernilai  $\geq 1$ , hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di JONAS Photo belum memenuhi ekspektasi dari pelanggannya.

Berdasarkan analisis *IPA* yang sudah dilakukan, fokus utama yang dapat dilakukan JONAS Photo sebagai perbaikan ada pada atribut yang berada pada kuadran I, JONAS Photo perlu meningkatkan pelayanannya dalam memproses komplain pelanggan dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain – lain.

Inovasi yang dapat dilakukan oleh JONAS Photo yaitu dengan mengadakan paket *photo studio* ke rumah pelanggan dan *photo studio* dengan menyediakan pakaian adat dari daerah daerah yang ada di Indonesia. Usulan inovasi ini berdasarkan penyebaran usia terbanyak dari responden yang didapatkan yaitu pada umur 21 sampai 25 tahun yang mengabadikan momennya pada saat kelulusan atau pernikahan dengan tema foto keluarga.

#### 6.2 Saran

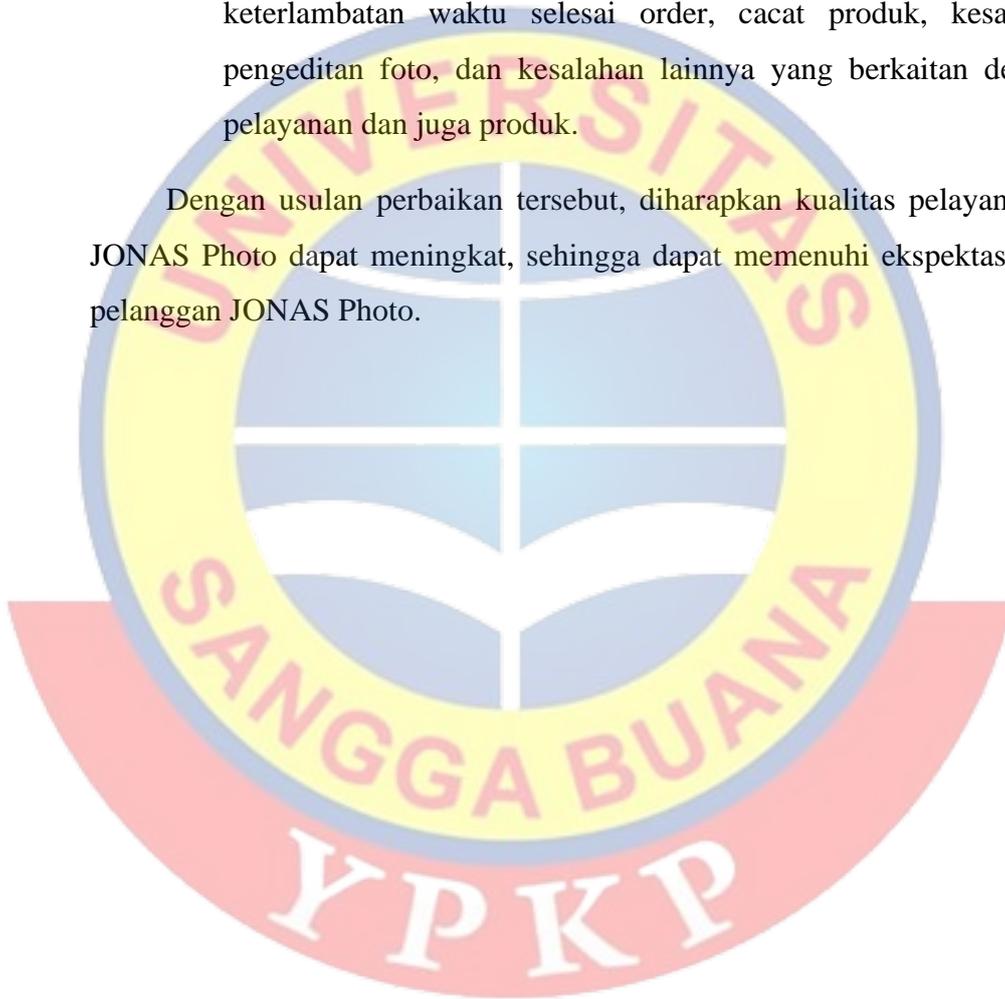
Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan kepada JONAS Photo untuk adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan melakukan perbaikan terhadap semua dimensi karena belum memenuhi ekspektasi pelanggan, khususnya pada dimensi *reliability* yang memiliki skor *servqual* paling kecil terkait dengan

pelayanan kepada konsumen yang harus dilakukan dengan jelas dan tanpa kesalahan atau kekeliruan, menyelesaikan order sesuai dengan waktu yang sudah dijanjikan, dan memproses komplain konsumen dengan cepat.

2. Memfokuskan peningkatan pelayanan pada atribut yang berada di kuadran I yaitu dengan cara melakukan pelatihan secara rutin untuk pegawainya dalam memproses komplain konsumen bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan kesalahan lainnya yang berkaitan dengan pelayanan dan juga produk.

Dengan usulan perbaikan tersebut, diharapkan kualitas pelayanan di JONAS Photo dapat meningkat, sehingga dapat memenuhi ekspektasi dari pelanggan JONAS Photo.



## DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Riyani, I. Larashat, and D. Juhana, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Maj. Bisnis IPTEK*, vol. 14, no. 2, pp. 94–101, 2021, doi: 10.55208/bistek.v14i2.233.
- [2] M. F. Muhtadi, E. Rahmawati, and S. Utomo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin)," *J. Bisnis dan Pembang.*, vol. 9, no. 2, pp. 14–25, 2020.
- [3] D. W. Ika, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Luminor Mangga Besar Jakarta Barat," *STEI Jur. Ekon.*, vol. XX, no. XX, pp. 1–22, 2020, [Online]. Available: file:///C:/Users/LENOVO/Downloads/Jurnal Indo Ika Devi W (2).pdf
- [4] N. N. Y. G Widyastana J, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Tri Jay'S Salon Dan Spa Di Singaraja," *J. Manaj.*, vol. 8, no. 2, pp. 462–469, 2022, [Online]. Available: <https://repo.undiksha.ac.id/6980/>
- [5] Illah Mastotok and Nugraha Septian Adi, "Pengaruh Promosi, Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Pemakaian Jasa Fotografi (Studi Kasus Pada Bamita Java Studio Wagir Kabupaten Malang)," *J. Apl. Manaj. dan Inov. Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 120–133, 2020.
- [6] N. C. Ezpinoza Juanillo and A. Rupa Huayllapuma, "PERANAN ETIKA BISNIS DALAM PERUSAHAAN BISNIS" pp. 1–26, 2018.
- [7] K. A. Kurniawan and M. Wardaya, "Perancangan Bisnis Untuk Jasa Fotografi Bayi Kita Photolier," *J. VICIDI*, vol. 8, no. 1, pp. 12–22, 2020, doi: 10.37715/vicidi.v8i1.1130.
- [8] Sinollah and Masruro, "Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan ( Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen )," *J. Dialekt.*, vol. 4, no. 1, pp. 45–64, 2019.
- [9] Y. Prananda, D. R. Lucitasari, and M. S. Abdul Khannan, "Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan," *Opsi*, vol. 12, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.31315/opsi.v12i1.2827.
- [10] K. Jiwantara, A. Sutrisno, and J. S. C. Neyland, "Penyuluhan Bahasa Indonesia

- Praktis Di Balai Bahasa Provinsi Sulawesi Utara,” *Jur. Mesin Fak. Tek. Univ. Sam Ratulangi Manad.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–11, 2012.
- [11] I. Mardiana, R. N. Rubiyanti, A. Bisnis, F. Komunikasi, and U. Telkom, “Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Servqual Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Pada Indihome Witel Bandung),” *J. Ekon. Bisnis Entrep.*, vol. 11, no. 1, pp. 47–58, 2017.
- [12] I. W. Pratiwi and D. Hendrawan, “Implementasi Importance-Performance Analysis (IPA): Analisis Preferensi Konsumen Muda Mie Setan,” *J. Ilm. Mhs. Fak. Ekon. dan Bisnis*, vol. 6, no. 2, pp. 1–20, 2018.
- [13] A. S. Yafie, Suharyono, and Y. Abdillah, “Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang ),” *Adm. Bisnis*, vol. 35, no. 2, pp. 11–19, 2016.
- [14] M. M. Sanaky, “Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah,” *J. Simetrik*, vol. 11, no. 1, pp. 432–439, 2021, doi: 10.31959/js.v11i1.615.
- [15] A. A. Prihatiningrum and E. Zuraidah, “Analisa Kualitas Layanan Aplikasi Mobile Banking pada Nasabah Bjb Cabang Tangerang Menggunakan Metode Servqual,” *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 3, no. 4, pp. 367–373, 2022, doi: 10.47065/josh.v3i4.1653.
- [16] A. Rahma Dani, D. Krisbiantoro, and A. Azis, “Evaluasi Kualitas Layanan Website SMA Negeri 1 Wangon Menggunakan Metode E- Govqual dan Importance Performance Analysis,” *J. Tekno Kompak*, vol. 16, no. 2, pp. 151–162, 2022, [Online]. Available: <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/teknokompak/article/view/1953>

## LAMPIRAN

### Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Profil Responden

Lampiran 2 Kuesioner *Servqual*

Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner Kenyataan

Lampiran 4 Data Hasil Kuesioner Harapan

Lampiran 5 Surat Izin Penelitian

Lampiran 6 Surat Keterangan Cek Plagiarisme

Lampiran 7 Kartu Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 8 Riwayat Hidup



Lampiran 1 Kuesioner Profil Responden

## KUESIONER ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DI JONAS PHOTO

panjicfhc@gmail.com [Switch account](#)



Your email will be recorded when you submit this form

\* Indicates required question

### Profil Responden

Terdapat pertanyaan dalam kuesioner yang bertujuan untuk mengetahui identitas dari responden yang sudah pernah melakukan photo studio dan bertransaksi di JONAS Photo jalan Banda No.38, Bandung. Responden hanya perlu menjawab pertanyaan secara singkat ataupun memilih jawaban yang ada di dalam kuesioner.

Nama

Your answer

Jenis Kelamin \*

- Laki-laki
- Perempuan

Umur \*

Your answer

Lampiran 2 Kuesioner *Servqual*

**Reliability (Keandalan) - Kenyataan (yang dirasakan atau didapatkan oleh konsumen)**

JONAS Photo memberikan layanan kepada konsumennya dengan jelas dan tanpa \* kesalahan atau kekeliruan.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

JONAS Photo menyelesaikan order konsumennya dengan tepat waktu sesuai \* dengan waktu selesai order yang sudah dijanjikan.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

JONAS Photo memproses komplain konsumennya dengan cepat bila ada keterlambatan waktu selesai order, cacat produk, kesalahan pengeditan foto, dan lain-lain.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

**Emphaty (Empati) - Kenyataan (yang dirasakan atau didapatkan oleh konsumen)**

Pegawai JONAS Photo menyambut dan melayani konsumennya dengan baik dari \* mulai datang sampai selesai bertransaksi.

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

JONAS Photo melayani komplain dan keluhan konsumen dengan baik dan sabar. \*

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Pegawai JONAS Photo memberikan tawaran untuk membantu membawakan produk dengan ukuran besar yang sulit dibawa oleh konsumennya.

1 2 3 4 5

**Responsiveness (Daya tanggap) - Kenyataan (yang dirasakan atau didapatkan oleh konsumen)**

Proses melakukan order photo studio di JONAS Photo mudah dan tidak membingungkan. \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Proses pengambilan order selesai di JONAS Photo mudah dan cepat.

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio dan menunjukkan contoh hasil nya kepada konsumen yang akan melakukan photo studio.

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

**Tangible (Bukti Fisik) - Kenyataan (yang dirasakan atau didapatkan oleh konsumen)**

Produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan display yang ditampilkan di store nya. \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Kualitas produk hasil cetak foto dan frame atau bingkai foto dari JONAS Photo sesuai dengan harga yang diberikan pada konsumen.

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju



**Assurance (Kepercayaan) - Kenyataan (yang dirasakan atau didapatkan oleh konsumen)**

Pembawaan dan penyampaian Fotografer di JONAS Photo saat photo studio tidak membuat bosan konsumennya. \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Pegawai Jonas Photo memiliki pengetahuan memadai untuk menjawab pertanyaan – pertanyaan konsumennya mengenai photo studio dan produk produk yang tersedia. \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Pegawai JONAS Photo memberikan rekomendasi photo studio yang sesuai dengan budget konsumen.

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Lampiran 3 Data Hasil Kuesioner Kenyataan

Kuesioner Kenyataan															
Reliability			Emphaty			Responsiveness			Tangible		Assurance				
R1	R2	R3	E1	E2	E3	RP1	RP2	RP3	T1	T2	A1	A2	A3	Total	
4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	58	
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	49	
3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	49	
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	53	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	66	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	61	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	60	
4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	62	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	
1	1	1	5	5	3	5	5	3	4	5	4	4	3	49	
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	54	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	53	
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	67	
4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	64	
4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	58	
4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	62	
3	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	3	3	52	
4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	53	
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	67	
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	60	
4	5	4	3	3	2	4	5	2	5	5	4	4	2	52	
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	68	
5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	62	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5	65	
4	5	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	4	4	60	
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	58	
3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	39	
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	60	
3	4	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	48	
4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	

4	2	2	3	3	1	3	1	3	4	5	2	3	4	40
1	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	62
5	5	3	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	64
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	62
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	64
4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	51
4	3	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	56
5	5	3	4	3	3	2	5	5	4	3	5	5	4	56
4	4	4	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	59
3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	52
4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	3	54
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	52
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	68
4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	66
4	5	4	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4	5	63
3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	50
4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	57
4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	55
4	4	3	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	57
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	55
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	64
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	67
3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	5	4	52
4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	56
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	58
2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	47
4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	61
4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	56
2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	49
4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	60
4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	56
4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	61
5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	60
4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	63
4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	64
4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	64



4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	61
2	2	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	4	43
2	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	47
3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	52
3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	49
2	4	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	3	4	46
5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	52
4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	50
3	2	2	2	3	2	3	2	4	2	3	4	3	4	39
2	3	2	4	3	2	4	2	3	2	3	4	2	3	39
1	4	2	4	3	2	3	4	3	3	4	4	2	4	43
4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	48
3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	51
3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	50
4	3	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3	51
4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	49
4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	50
3	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	55
4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	55
4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	46
3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	2	3	4	3	44
4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	3	5	57
3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	48
4	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	47
4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	60
4	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	61
5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	62
4	3	4	4	4	4	4	3	5	2	5	5	4	5	56
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	57
4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	54
4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	54
4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	58
4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	57
4	3	3	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	54
4	4	5	4	3	5	4	3	3	5	4	4	3	4	55
3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	56
4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	54
5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	55
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	60
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	2	58
4	5	4	5	2	4	4	5	4	4	4	4	5	4	58
2	4	2	4	2	4	3	2	4	4	5	5	4	5	50
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	60
4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	66
2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	48
4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	62
4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	64
3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	49

Lampiran 4 Data Hasil Kuesioner Harapan

Kuesioner Harapan															
Reliability			Emphaty			Responsiveness			Tangible		Assurance			Total	
R1	R2	R3	E1	E2	E3	RP1	RP2	RP3	T1	T2	A1	A2	A3		
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	64	
4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	47	
3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	48	
4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	62	
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	59	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	69	
5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	68	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	
4	5	4	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	3	61	
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	53	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	59	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	69	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69	
4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	57	
5	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	57	
3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	45	
3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	47	
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68	
4	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	3	56	
4	5	5	2	3	3	3	5	4	4	5	3	4	3	53	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	57	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	66	
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	65	
4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	59	
2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	36	
4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	60	
3	4	4	4	3	4	2	4	4		3	4	4	4	47	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56	

3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	61
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	63
4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	59
4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	58
5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	65
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	53
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	54
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
5	5	5		5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	62
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67
4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	65
3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	46
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	61
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	61
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	68
5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	64
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	66
5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	67
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	69
5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	66
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	66
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	66
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	66
5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	65
4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	64
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	67



5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	66
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	69
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	65
4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	62
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	62
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	64
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	64
4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	65
5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	66
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	64
5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	62
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	63
5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	63
5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	63
5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	63
5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	66
4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	62
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	63
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	63
4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	62
4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	64
4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	63
4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	63
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	66
4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	64
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	66
5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	67
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	66
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	67
4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	62
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	67
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	67
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	65
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	63
4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	65
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	64
4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	62
4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	65
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	63
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	66
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	66
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	69
5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	63
5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	64
4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	63

Lampiran 5 Surat Izin Penelitian

**JONAS**

**SURAT KETERANGAN**

No : 008 / HRD-HO / PLN / X / 2024

Perihal : *Surat Keterangan Tugas Akhir*

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indra Gunawan  
NIK : 01860  
Jabatan : HR Manager

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini :

Nama : Panji Purwanto  
NPM : 2111201038  
Jurusan : Teknik Industri

Bahwa Jonas Photo memberikan izin kepada mahasiswa yang bersangkutan diatas untuk melakukan Tugas Akhir dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI JONAS PHOTO MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 02 Oktober 2024

  
**Indra Gunawan**  
HR Manager

Head Office Banda : Jalan Banda 38 Telp. 4201010 (Hunting)  
Bandung: •Cihampelas Walk •Festival Citylink  
•Jatnangor •Cimahi •Buah Batu •Kota Baru Parahyangan  
Semarang : •Muria Tangerang : •Mall of Alam Sutera

Lampiran 6 Surat Keterangan Cek Plagiarisme



**UPT PERPUSTAKAAN**  
**UNIVERSITAS SANGGA BUANA YPKP**  
Jl. PHH Mustofa No. 68 Bandung Gedung E Lantai 5  
Email: [library@usbypkp.ac.id](mailto:library@usbypkp.ac.id) Website: [perpustakaan.usbypkp.ac.id](http://perpustakaan.usbypkp.ac.id)

**Surat Keterangan Cek Plagiarisme**  
**Nomor: 684/XI/SKCP/USB-YPKP/2024**

Sehubungan dengan kewajiban Cek Plagiarisme dengan *similarity check maximal 25%* sebagai salah satu kelengkapan persyaratan administrasi bagi mahasiswa tingkat akhir, dengan ini UPT Perpustakaan Universitas Sangga Buana menerangkan bahwa:

Nama : Panji Purwanto  
NPM : 2111201038  
Program Studi : S1 Teknik Industri  
Judul Karya Tulis Ilmiah : "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI JONAS PHOTO MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS"  
Tanggal Cek Turnitin : 28 November 2024  
Status : Lulus dengan 11% *Similarity Check*

Adalah benar telah dilakukan *similarity check* sebagaimana data tersebut diatas, dan surat ini dibuat berdasarkan keadaan yang sebenar benarnya, untuk bisa dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 28 November 2024



**Widyanuri Prasastiningtyas, S.Sos., M.I.kom.**  
**NIP. 432.200.173**

Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Sangga Buana YPKP

Lampiran 7 Kartu Bimbingan Tugas Akhir



**USB**  
**UNIVERSITAS SANGGA BUANA**  
**FAKULTAS TEKNIK**  
 Terakreditasi BAN - PT

Jl. PHH. Mustopa No. 68 Telp. 022-7275489, 7202841 Fax. 022-7201756 BANDUNG 40124

**KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR**  
 PRODI TEKNIK INDUSTRI

Nama Mahasiswa : Panji Purwanto  
 NPM : 211201038  
 Judul TA : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di JONAS Photo  
 : Menggunakan Metode SERVQUAL dan IPA  
 Pembimbing I : Ir. Nurwathi, M.T

Tanggal Konsultasi	Bahan Konsultasi	Penugasan	Paraf Pembimbing
20/05/2024	Perbaiki bab 1, 2, 3	Cek : Revisian	-Hati-
21/05/2024	Konsultasi Kuesioner	revisi Kuesioner	-Hati-
21/05/2024	Konsultasi bab 1, 2, 3	Revisi proposal. dgn prof	-Hati-
3/ Juni /2024	Letter Bab I & Kuesioner	acc. bab. 1 & 3. lanjutan.	-Hati-
06/06/2024	Bab 3	perbaikan 9 form & tabel deskripsi	-Hati-
25 Juli 2024	Bab 4	lanjutan perhit serqual.	-Hati-
28 Agustus 2024	Bab 4	lebih di detailkan per nomor, dideskripsi	-Hati-
	Bab 4	revisi bab ditabelkan lanjut bab 5	-Hati-

05 September	Bab 5	Cantumkan nomor tabel dan gambar	/leah.
		Bab 5 membahas hasil dan pembahasan hi baby & Lanjut bab 4	
18 September	Bab 6 + rev bab	Tambahan bahan pembahasan + Kesimpulan debat	/leah
		Lebih nyata	
		Silakan cetak + lengkapi abstrak, tabel dll.	/leah
27 Sep 2024	Semua bab	Are sidang	/leah
		Perbaiki / rapikan semua & abstrak	

Bandung, 23/9/2024

Mengetahui  
Ketua Prodi. Teknik Industri

Menyetujui:  
Pembimbing,

Ir. Nurwathi., MT.

/leah.

## Riwayat Hidup



Panji Purwanto, lahir di Bandung, 13 Juni 1997. Penulis lahir dari pasangan Bapak Iman Santoso dan Ibu Endang Pujiati yang merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Penulis bertempat tinggal di Jalan Cijerah 2 Blok 5, RT 02 / RW 13 No 103, Kec. Cimahi Selatan, Kel. Melong, Kota Cimahi, Jawa Barat. Tahun 2004 penulis masuk Sekolah Dasar Negeri Cijerah 5 Bandung dan lulus pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 9 Bandung dan lulus pada tahun 2013. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 4 Bandung dan lulus pada tahun 2016. Pada tahun 2020 penulis melanjutkan jenjang pendidikan di Perguruan Tinggi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.