

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PT. RAJONET INDONESIA MENGUNAKAN METODE *FUZZY SERVICE QUALITY*

Wegi Randol

Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia

Email: wegirandol@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diterima
25 Oktober 2021
Direvisi
05 November 2021
Disetujui
15 November 2021

Kata Kunci:

rajonet
indonesia; *website*
quality; logika
fuzzy; *service*
quality

ABSTRAK

Intensitas persaingan antar penyedia layanan teknologi informasi yang bertambah, ditambah dengan pesaing yang semakin meningkat jumlahnya, sehingga setiap instansi tertantang selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, memenuhi harapan kebutuhan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Penelitian ini ingin menguji tingkat kepuasan dari kualitas pelayanan website PT. Rajonet Indonesia kepada para pelanggannya sebagai variabel bebas apakah mempengaruhi kepuasan pengguna setelah menggunakan jasa layanan sistem informasi pada *website* tersebut. Kualitas *website* sebagai variabel memiliki lima dimensi kualitas yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kesungguhan (*emphaty*) dan dihitung dengan menggunakan sampel pengguna sebanyak 30 orang. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 26.00 untuk melakukan pengolahan data. Hasil penelitian menggunakan metode *fuzzy service quality* menggambarkan bahwa penilaian terhadap kepuasan pelanggan *website* PT. Rajonet Indonesia mendapatkan rating *scale* sangat baik, hal tersebut dibuktikan dengan terdapat empat dimensi yang memiliki nilai *gap* lebih baik yaitu peringkat (*rank*) pertama adalah *tangibles* yang tertinggi karena bernilai positif (0.1) dibandingkan empat dimensi lainnya secara berurutan (*responsiveness* (0.1), *reability* (0), *assurance* (0) dan *emphaty* (0)). Hasil lainnya yaitu satu dimensi *emphaty* bernilai negatif atau -0.5 menjadi perhatian bagi pihak PT. Rajonet Indonesia agar lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya.

ABSTRACT

Increasing intensity of competition among information technology service providers, coupled with ever-increasing competitors, so that each agency is challenged to always pay attention to the needs and desires of consumers, meet the expectations of consumer needs by providing more satisfying services than those carried out by competitors. This thesis wants

How to cite:

Randol, W., (2021) Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Rajonet Indonesia Menggunakan Metode *Fuzzy Service Quality*. *Jurnal Syntax Admiration* 2(11).
<https://doi.org/10.46799/jsa.v2i11.345>

E-ISSN:

2722-5356

Published by:

Ridwan Institute

to test the level of satisfaction of the quality of website services of PT. Rajonet Indonesia to the customers as an independent variable whether it affects user satisfaction after using the information system services on the website. Website quality as a variable has five dimensions of quality, such as (tangibles), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (assurance) and sincerity (empathy) and calculated using by user sample of 30 people's. This study uses SPSS software version 26.00 to perform data processing. The results of the study using the fuzzy service quality method illustrate that the assessment of customer satisfaction PT. Rajonet Indonesia get very good rating scale, this is evidenced by the four dimensions that have a better gap value, namely the first rank is the highest tangibles because the value is positive (0.1) compared to the other four dimensions in a sequence (responsiveness (0.1), reliability (0), assurance (0) and empathy (0)). Another result is just one dimension of empathy is negative quality; fuzzy logic; or had value -0.5 then that is concern for PT. Rajonet Indonesia to further improve the quality of the services.

Keywords: *rajonet indonesia; website quality; fuzzy logic; service quality*

Pendahuluan

PT. Rajonet Indonesia merupakan salah satu pencetus konsultan teknologi informasi (TI) yang memiliki *website* yaitu www.rajonet.com. Sarana PT. Rajonet Indonesia adalah sarana yang menyelenggarakan pelayanan berbasis teknologi informasi untuk perorangan, instansi dan unit lainnya. Pelayanan yang diselenggarakan berupa teknologi informasi dasar atau spesialisik yang ditangani oleh lebih dari satu orang tenaga analis dan dipimpin oleh seorang *project leader* (analis, senior *programmer* dan manajemen resiko) (Yushila & Effendi, 2017).

PT. Rajonet Indonesia sampai saat penelitian ini dilakukan sudah memiliki 30 pelanggan setia yang terdiri dari 15 orang dari divisi Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 10 orang dari divisi OASE Kabinet Indonesia Maju Republik Indonesia, 10 orang dari divisi *Omex Consulting* dan 5 orang dari divisi Skularsi Indonesia. Hasil penelitian awal yang dilakukan oleh (Noviandri, 2017) menggunakan metode tunggal *service quality* menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas dari hampir rata-rata *website* penyedia jasa layanan aplikasi sejenis PT. Rajonet Indonesia saat ini masih kurang karena berdasarkan nilai *gap* menunjukkan rata-rata nilai *gap* seluruh dimensi negatif yaitu -3,361. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi informasi dan minat pelanggan menggunakan penyedia layanan *website* PT. Rajonet Indonesia masih belum optimal (Sutinah & Simamora, 2018).

Dalam mengukur kualitas *website* PT. Rajonet Indonesia tersebut ternyata masih diperlukan sebuah metode pengukuran yang lebih akurat lagi diantaranya *fuzzy service quality*. *Fuzzy service quality* merupakan gabungan dari metode tunggal *service quality* yang memiliki himpunan *fuzzy* yang memberikan sarana untuk mempresentasikan ketidakpastian dalam bentuk dimensi-dimensi tertentu dan merupakan alat untuk

pemodelan ketidakpastian yang berhubungan dengan kesamaran, *gap* dan kekurangan informasi mengenai elemen-elemen tertentu dari masalah yang dihadapi (Frieyadie & Alramuri, 2017). Pada prinsipnya himpunan *fuzzy* adalah perluasan dari himpunan *crisp*, yaitu himpunan yang membagi sekelompok individu ke dalam dua kategori, anggota dan bukan anggota dalam hal ini adalah membagi setiap variabel pernyataan kedalam 5 dimensi yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kesungguhan (*emphaty*).

Metode Penelitian

1. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu. Jelas dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan yakni 15%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka perhitungan sampel adalah:

$$n = \frac{30}{1 + 30 (15\%)^2} = 17.92 \approx 18$$

Mengingat jumlah sampel minimum dalam penelitian adalah sebanyak 30 orang maka penulis memutuskan untuk menggunakan sampel dari populasi sebanyak seluruhnya yaitu 30 orang pengguna jasa layanan PT. Rajonet Indonesia (Saellan, 2009).

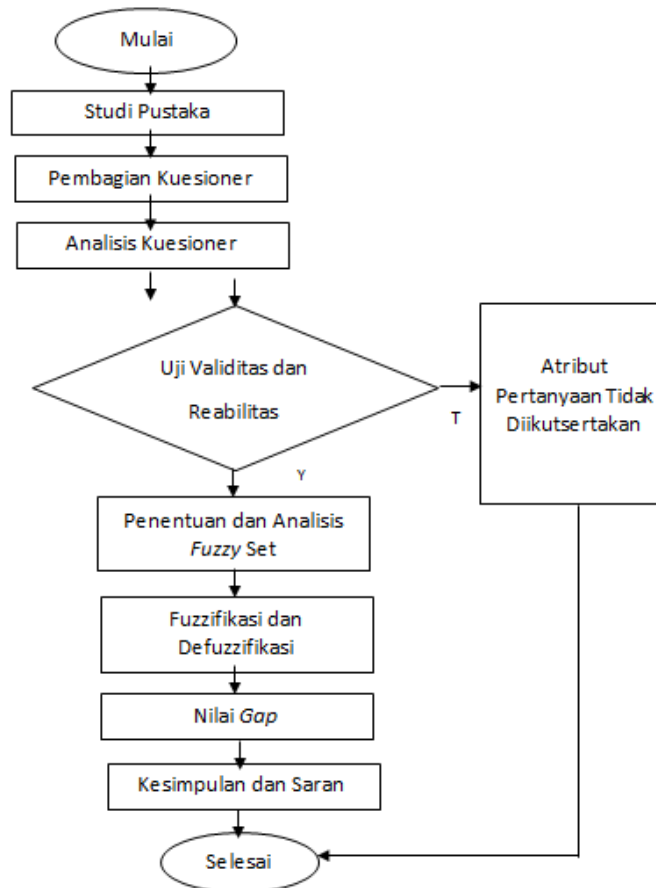
Tabel 1
Sampel Pengguna

No	Bagian Pengguna	Populasi	Perhitungan	Sampel
1	Divisi Humas Kementerian Kesehatan Republik Indonesia	15 orang	$\frac{15}{30} \times 20$	10
2	Divisi Teknologi Informasi OASE Kabinet Kerja Republik Indonesia	10 orang	$\frac{10}{30} \times 20$	7
3	Divisi Konsultan Omex Consulting	10 orang	$\frac{15}{30} \times 20$	10
4	Divisi Manajemen Skularsi Indonesia	5 orang	$\frac{5}{30} \times 20$	3
Total				30

Adapun setiap divisi-divisi pengguna yang dipilih adalah berdasarkan para pengguna yang terampil serta bertugas menggunakan dan mengaplikasikan aplikasi dari layanan jasa PT. Rajonet Indonesia (Rohayani, 2013).

2. Kerangka Pemikiran Masalah

Kerangka pemikiran masalah diperlukan untuk memberikan gambaran sistematis yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian. Adapun kerangka pemikiran masalah dalam penelitian ini ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1
Kerangka Pemikiran Masalah

Hasil dan Pembahasan

A. Uji Validitas dan Realibilitas Data

1. Uji Validitas Data

Uji validitas data dilakukan untuk mengetahui keakuratan data kuesioner. Uji validitas dilakukan pada setiap atribut kuisisioner (Anwar, 2017). Uji Validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26.00 dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dikatakan *valid*.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pertanyaan dikatakan tidak *valid*.

Untuk menghitung r_{tabel} terlebih dahulu dicari t_{tabel} dengan menggunakan atau berdasarkan Titik Presentasi Distribusi $df = 25$, maka nilai $t_{tabel} = 2.05954$.

Keterangan :

Jumlah variabel : k

Jumlah responden : n

Taraf signifikansi (2 sisi): 5%

Derajat bebas : $df = n - k$

Perhitungan :

Jumlah variabel : 5

Jumlah responden : 30

Taraf signifikansi : $5\% / 2 = 0.025$

Derajat bebas : $df = 30 - 5 = 25$

$$r_{tabel} = \frac{t}{df + t^2}$$

$$r_{tabel} = \frac{2.05954}{24 + (2.05954)^2}$$

$$r_{tabel} = \frac{2.05954}{25 + (4.241705)}$$

$$r_{tabel} = \frac{2.05954}{32.241705}$$

$$r_{tabel} = 0.06$$

Berdasarkan r_{tabel} diatas jika $t_{tabel} > r_{tabel}$ maka untuk tingkat harapan dan tingkat persepsi adalah *valid*.

2. Uji Realibilitas Data

Uji realibilitas data dilakukan untuk menunjukkan bahwa alat ukuran yang digunakan dalam penelitian mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah. Uji realibilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26.00 dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika *Cronbach's Alpha* $0.6 >$ maka butir pernyataan dikatakan realibel.
- b. Jika *Cronbach's Alpha* < 0.6 maka butir pernyataan diaktakan tidak realibel.

Tabel 2
Hasil Uji Realibilitas

<i>Case Processing Summary</i>			
		N	%
<i>Cases</i>	<i>Valid</i>	30	100.0
	<i>Excluded^a</i>	0	.0
Total		30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
1.670	19

Berdasarkan hasil dari uji realibilitas pada persepsi pasien yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 26.00, dapat dilihat bahwa *Cronbach's Alpha* = .1,67 Maka *Cronbach's Alpha* \geq 0.6 sehingga butir pertanyaan pada tingkat harapan dan persepsi pengguna jasa PT. Rajonet Indonesia dikatakan realibel atau handal (Harto, 2015).

3. Analisis Fuzzy Set

Analisis *Fuzzy Set* Pada Variabel-Variabel Yaitu:

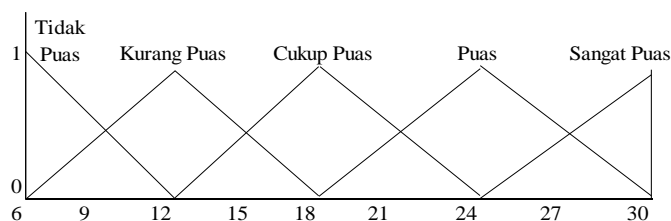
1. Analisis untuk variabel harapan

Untuk merepresentasikan variabel harapan digunakan representasi dengan diagram *membership function* berbentuk tabel (Vary, 2017).

Tabel 3
Membership Function Untuk Variabel Harapan

Skala Likert	Semesta Pembicaraan	Nama Himpunan Fuzzy	Domain	Range	Satuan
1	0-30	Tidak Puas	0-6	0 6 12	orang
2	0-30	Kurang Puas	7-12	6 12 18	orang
3	0-30	Cukup Puas	13-18	12 18 24	orang
4	0-30	Puas	19-24	18 24 30	orang
5	0-30	Sangat Puas	25-30	24 30 30	orang

Diagram *membership function* untuk variabel harapan dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2
Fungsi Keanggotaan Variabel Linguistik Harapan

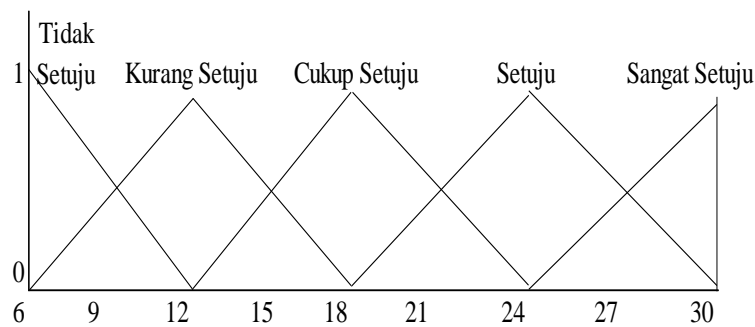
4. Analisis Sistem Untuk Variabel Persepsi

Untuk mempresentasikan variabel persepsi digunakan tabel himpunan *fuzzy* variabel persepsi sebagai berikut:

Tabel 4
Membership Function Untuk Variabel Persepsi

Skala Likert	Semesta Pembicaraan	Nama Himpunan Fuzzy	Domain	Range	Satuan
1	0-30	Tidak Setuju	0-6	0 6 12	orang
2	0-30	Kurang Setuju	7-12	6 12 18	orang
3	0-30	Cukup Setuju	13-18	12 18 24	orang
4	0-30	Setuju	19-24	18 24 30	orang
5	0-30	Sangat Setuju	25-30	24 30 30	orang

Diagram *membership function* untuk variabel persepsi dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3
Fungsi Keanggotaan Variabel Linguistik Persepsi

5. Fuzzyfikasi

Fuzzyfikasi yaitu penentuan *Triangular Fuzzy Number (TFN)*, *Triangular Fuzzy Number (TFN)* merupakan *range* nilai dari bobot jawaban responden (Yubel, 2017). *TFN* terdiri dari tiga nilai batas yaitu nilai batas bawah (α), nilai tengah (α) dan nilai batas atas (α).

Nilai Batas Bawah Atribut:

$$c_i = \frac{b_{i1} * n_1 + b_{i2} * n_2 + b_{i3} * n_3 + \dots + b_{i(k-1)} * n_k}{n_1 + n_2 + \dots + n_k} \quad (1)$$

Nilai Batas Tengah Atribut:

$$a_i = \frac{b_{i1} * n_1 + b_{i2} * n_2 + b_{i3} * n_3 + \dots + b_{ik} * n_k}{n_1 + n_2 + \dots + n_k} \quad (2)$$

Nilai Batas Atas Atribut:

$$b_i = \frac{b_{i2} * n_1 + b_{i3} * n_2 + \dots + b_{ik} * n_i (k-1) + b_{ik} * n_k}{n_1 + n_2 + \dots + n_k} \quad (3)$$

Keterangan:

b_i = rata-rata nilai *fuzzy set* per tingkat persepsi

n = jumlah responden per tingkat persepsi

Berikut adalah bentuk perhitungan fuzzyfikasi untuk tingkat harapan pernyataan 1 secara manual yaitu:

Batas bawah (c)

$$= \frac{(3 \times 0) + (6 \times 0) + (12 \times 0) + (18 \times 12) + (24 \times 18)}{30} = \frac{648}{30}$$

$$= 21.6$$

Batas tengah (a)

$$= \frac{(7.5 \times 0) + (12 \times 0) + (18 \times 0) + (24 \times 12) + (28.5 \times 18)}{30} = \frac{801}{30}$$

$$= 26.7$$

Batas atas (b)

$$= \frac{(12 \times 0) + (18 \times 0) + (24 \times 0) + (30 \times 12) + (30 \times 18)}{30} = \frac{959}{30}$$

$$= 26.7$$

Berikut adalah bentuk perhitungan fuzzyfikasi untuk tingkat harapan variabel pernyataan 1 secara manual yaitu:

Batas bawah (c)

$$= \frac{(3 \times 0) + (6 \times 0) + (12 \times 0) + (18 \times 12) + (24 \times 18)}{30} = \frac{648}{30}$$

$$= 21.6$$

Batas tengah (a)

$$= \frac{(7.5 \times 0) + (12 \times 0) + (18 \times 0) + (24 \times 12) + (28.5 \times 18)}{30} = \frac{801}{30}$$

$$= 26.7$$

Batas atas (b)

$$= \frac{(12 \times 0) + (18 \times 0) + (24 \times 0) + (30 \times 12) + (33 \times 18)}{30} = \frac{954}{30}$$

$$= 31.8$$

Perhitungan tersebut dilakukan untuk mencari nilai *Triangular Fuzzy Number (TFN)* harapan dan persepsi pada pernyataan ke 1 hingga ke 19 (Marti, 2017). Untuk perhitungan selanjutnya dapat dilakukan dengan cara yang sama. Berikut ini adalah hasil dari fuzzyfikasi persepsi dengan menggunakan *software Microsoft Excel* yaitu:

Tabel 5
Hasil Rekap Rata-Rata Fuzzifikasi Harapan

Nomor Pernyataan	<i>Triangular Fuzzy Number (TFN)</i>		
	<i>c</i>	<i>A</i>	<i>b</i>
1	21,6	26,7	31,8
2	21	26,2	31,4
3	20,6	26	31,3
4	20,4	25,8	31,1
5	20,4	25,8	31,1
6	20,4	25,8	31,1
7	20,8	26,1	31,4
8	20,6	26	31,3
9	20,4	25,8	31,2
10	20	25,5	31
11	20,4	25,8	31,2
12	20,2	25,6	31
13	20	25,5	31
14	20,8	26,1	31,4
15	19,8	25,3	30,8
16	19,8	25,3	30,8
17	20,8	26,1	31,4
18	21,2	26,4	31,6
19	19,8	25,3	32,5

Tabel 5
Hasil Rekap Rata-Rata Fuzzifikasi Persepsi

No Pernyataan	<i>Triangular Fuzzy Number (TFN)</i>		
	<i>c</i>	<i>a</i>	<i>b</i>
1	21,6	26,7	31,8
2	21	26,2	31,4
3	20,6	26	31,3
4	20,4	25,8	31,1
5	20,6	26	31,3
6	20,6	26	31,3
7	20,8	26,1	31,4
8	20,6	26	31,3
9	20,4	25,8	31,2
10	20	25,5	31
11	20,4	25,8	31,2
12	20,6	26	31,3
13	20	25,5	31
14	20,8	26,1	31,4
15	19,8	25,3	30,8
16	19,8	25,3	30,8
17	20,8	26,1	31,4
18	21,2	26,4	31,6
19	20,2	25,7	31,1

6. Defuzzifikasi

Tahap selanjutnya adalah menghitung nilai defuzzifikasi dari harapan dan persepsi (Sugiyono, 2017). Defuzzifikasi ini dilakukan untuk mendapatkan nilai tunggal yang representatif. Berikut adalah contoh perhitungan defuzzifikasi untuk tingkat harapan pada variabel pernyataan 1 hingga 19 dengan menggunakan rumus *Arithmetic Mean* yaitu:

$$\mu A \cap B = (\mu A[x] + \mu B[y]) / 2$$

$$\mu A \cap B = \frac{26,7 + 31,8}{2} = 29,3$$

Berikut Adalah Tabel Defuzzifikasi Harapan:

Tabel 6
Hasil Rekap Rata-Rata Defuzzifikasi Harapan

Nomor Pernyataan	Triangular <i>Fuzzy</i> Number (TFN)			Defuzzyfikasi	Rank
	<i>c</i>	<i>a</i>	<i>b</i>		
1	21,6	26,7	31,8	29,3	1
2	21	26,2	31,4	28,8	4
3	20,6	26	31,3	28,7	8
4	20,4	25,8	31,1	28,5	10
5	20,4	25,8	31,1	28,5	11
6	20,4	25,8	31,1	28,5	12
7	20,8	26,1	31,4	28,8	5
8	20,6	26	31,3	28,7	9
9	20,4	25,8	31,2	28,5	13
10	20	25,5	31	28,3	15
11	20,4	25,8	31,2	28,5	14
12	20,2	25,6	31	28,3	16
13	20	25,5	31	28,3	17
14	20,8	26,1	31,4	28,8	6
15	19,8	25,3	30,8	28,1	18
16	19,8	25,3	30,8	28,1	19
17	20,8	26,1	31,4	28,8	7
18	21,2	26,4	31,6	29	2
19	19,8	25,3	32,5	28,9	3

Berikut adalah contoh perhitungan defuzzifikasi untuk tingkat persepsi pada variabel pernyataan 1 hingga 19 dengan menggunakan rumus *Arithmetic Mean* yaitu:

$$\mu A \cap B = (\mu A[x] + \mu B[y]) / 2$$

$$\mu A \cap B = \frac{26,7 + 31,8}{2} = 29,3$$

Berikut Adalah Tabel Defuzzifikasi Persepsi:

Tabel 6
Hasil Rekap Rata-Rata Defuzzifikasi Persepsi

Nomor Pernyataan	Triangular <i>Fuzzy</i> Number (TFN)			Defuzzifikasi	Rank
	<i>c</i>	<i>a</i>	<i>B</i>		
1	21,6	26,7	31,8	29,3	1
2	21	26,2	31,4	28,8	3
3	20,6	26	31,3	28,7	7
4	20,4	25,8	31,1	28,5	12
5	20,6	26	31,3	28,7	8
6	20,6	26	31,3	28,7	9
7	20,8	26,1	31,4	28,8	4
8	20,6	26	31,3	28,7	10
9	20,4	25,8	31,2	28,5	13
10	20	25,5	31	28,3	16
11	20,4	25,8	31,2	28,5	14
12	20,6	26	31,3	28,7	11
13	20	25,5	31	28,3	17
14	20,8	26,1	31,4	28,8	5
15	19,8	25,3	30,8	28,1	18
16	19,8	25,3	30,8	28,1	19
17	20,8	26,1	31,4	28,8	6
18	21,2	26,4	31,6	29	2
19	20,2	25,7	31,1	28,4	15

7. *Gap Fuzzy Service Quality*

a) Perhitungan Nilai *Gap Fuzzy Service Quality* Per Atribut

Nilai *gap service quality* per atribut merupakan selisih dari persepsi dan harapan pengguna jasa PT. Rajonet Indonesia (Davin, 2016). Hal ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana PT. Rajonet Indonesia telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan. *Gap* per atribut berperan memberikan evaluasi, terhadap seberapa jauh atribut tersebut memberikan kepuasan dalam menyajikan pelayanan.

Gap untuk pertanyaan ke-1 sampai pertanyaan ke-19, dihitung menggunakan *microsoft excel*. Diperoleh hasil seperti tabel berikut:

Tabel 7
Hasil Rekap Rata-Rata Defuzzifikasi Harapan Dan Persepsi

Variabel	Dimensi	Kode Pernyataan	Defuzzifikasi Harapan	Defuzzifikasi Persepsi	<i>GAP</i>	<i>Rank</i>
X1	<i>Tangibles</i>	1	29,3	29,3	0	4
		2	28,8	28,8	0	5
		3	28,7	28,7	0	6

		4	28,5	28,5	0	7
		5	28,5	28,7	0,2	2
		6	28,5	28,7	0,2	3
		7	28,8	28,8	0	8
X2	<i>Realibility</i>	8	28,7	28,7	0	9
		9	28,5	28,5	0	10
		10	28,3	28,3	0	11
X3	<i>Responsiveness</i>	11	28,5	28,5	0	12
		12	28,3	28,7	0,4	1
		13	28,3	28,3	0	13
		14	28,8	28,8	0	14
		15	28,1	28,1	0	15
X4	<i>Assurance</i>	16	28,1	28,1	0	16
		17	28,8	28,8	0	17
X5	<i>Emphaty</i>	18	29	29	0	18
		19	28,9	28,4	-0,5	19

Keterangan:

Gap = Persepsi – Harapan:

Variabel X1 Nomor 1 = $28.8 - 28.8 = 0.1$

Variabel X5 Nomor 19 = $28.4 - 28.9 = -0.5$

Kemudian Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil *gap* nomor 1 hingga 18 baik harapan dan persepsi memiliki nilai positif, hanya ada 1 variabel pernyataan yang memiliki nilai negatif yaitu pernyataan ke 19 tentang pelayanan kepada semua peanggan atau pengguna jasa tanpa memandang status sosial dan sejenisnya dengan nilai *gap* -0.5 (Sadewa, 2017). Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. Rajonet Indonesia sudah merasa puas dengan 19 variabel pernyataan tersebut dan hanya satu variabel saja yang belum mencapai tingkat kepuasan maksimal terhadap PT. Rajonet Indonesia karena *gap* bernilai negatif.

8. Perhitungan Nilai *Gap Service Quality* Per Dimensi

Nilai *gap service quality* per dimensi adalah selisih persepsi dan harapan pengguna jasa layanan PT. Rajonet Indonesia yang menunjukkan sejauh mana PT. Rajonet Indonesia telah memberikan kepuasan pelayanan sesuai dengan keinginan pengguna berdasarkan kelima dimensi kualitas layanan (Zeithaml, 2015). Hasil perhitungan berdasarkan tabel 7 diatas terdapat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 8
Perhitungan *Gap* Per Atribut Setiap Dimensi

Variabel	Dimensi	Harapan	Persepsi	GAP	Rank
X1	<i>Tangibles</i>	28,7	28,8	0,1	1
X2	<i>Realibility</i>	28,5	28,5	0	3
X3	<i>Responsiveness</i>	28,4	28,5	0,1	2
X4	<i>Assurance</i>	28,5	28,5	0	4
X5	<i>Emphaty</i>	30	28,7	-1,3	5

Keterangan:

Gap = Persepsi – Harapan:

Variabel X1 = 28.8 – 28.7 = 0.1

Variabel X5 = 28.7 – 30 = -1.3

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka kesimpulannya yaitu, pengukuran terhadap lima dimensi kualitas pelayanan didapatkan keempat variabel memiliki *gap* positif. *Gap* positif berarti keseluruhan dimensi menyatakan bahwa tingkat kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan yang menggunakan jasa layanan PT. Rajonet Indonesia sudah sesuai dengan kenyataan yang diterima. Dalam kelima dimensi *fuzzy service quality* ini terdapat empat dimensi yang memiliki nilai *gap* lebih baik yaitu peringkat (*rank*) pertama adalah *tangibles* yang tertinggi karena bernilai positif (0.1) dibandingkan empat dimensi lainnya secara berurutan (*responsiveness* (0.1), *realibility* (0), *assurance* (0) dan *emphaty* (0)). Hasil lainnya yaitu satu dimensi *emphaty* bernilai negatif atau -0.5 menjadi perhatian bagi pihak PT. Rajonet Indonesia agar lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya. Dari nilai *gap* per variabel pernyataan dalam dimensi kualitas pelayanan hanya terdapat tiga variabel pernyataan yang memiliki nilai positif lebih besar yaitu pernyataan ke 12 tentang informasi yang jelas dan mudah dimengerti dengan nilai *gap* 0.4, pernyataan nomor 5 tentang struktur menu *website* dengan nilai *gap* 0.2 dan pernyataan ke 6 tentang kelengkapan fasilitas jasa dengan nilai *gap* 0.2. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa 15 variabel pernyataan lainnya juga sudah memenuhi tingkat kepuasan dari para pelanggan PT. Rajonet Indonesia.

BIBLIOGRAFI

- Anwar. (2017). Validitas dan realibilitas. *Jurnal Sistem Informasi*, 3 (1–3). [Google Scholar](#)
- Davin. (2016). Analisis *fuzzy quality Service* pada model aplikasi bisnis dan manajemen. *Jurnal Teknologi Informasi*, 3. [Google Scholar](#)
- Frieyadie, F., & Alramuri, D. (2017). Implementasi Metode *Fuzzy Servqual* untuk Menilai Pelayanan Customer *Service* terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Telkom. *Jurnal Techno Nusa Mandiri*, 14 (2), 111–116. [Google Scholar](#)
- Harto, B. (2015). Analisis tingkat kepuasan pelanggan dengan pendekatan *fuzzy servqual* dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan (studi kasus di bengkel resmi bajaj padang). *Jurnal Teknof ISSN 2338-2724*, 3 (1). [Google Scholar](#)
- Marti, K. P. S. (2017). Analisis perbandingan kualitas pelayanan Garuda Indonesia Airlines dengan Etihad Airways menggunakan metode *fuzzy service.quality*. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 4 (3–19). [Google Scholar](#)
- Noviandri. (2017). Implementasi metode *service quality* untuk menilai kepuasan pelanggan CV. Rajonet indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*. [Google Scholar](#)
- Rohayani, H. (2013). Analisis sistem pendukung keputusan dalam memilih program studi menggunakan metode logika *fuzzy*. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 5 (1). [Google Scholar](#)
- Sadewa. (2017). Kualitas variabel dalam dimensi penelitian. Jakarta : Modula. [Google Scholar](#)
- Saelan, A. (2009). Logika *Fuzzy*. Program Studi Teknik Informatika, Sekolah Teknik Elektro Dan Informatika. Institut Teknologi Bandung. [Google Scholar](#)
- Sugiyono. (2017). Teknik sampling dan populasi. Jakarta : Modula. [Google Scholar](#)
- Sutinah, E., & Simamora, O. R. (2018). Metode *fuzzy servqual* dalam mengukur kepuasan pasien terhadap kualitas layanan BPJS kesehatan. *Jurnal Informatika*, 5 (1), 90–101. [Google Scholar](#)
- Vary. (2017). Dimensi kualitas dan pelayanan dalam sebuah sistem. *Jurnal Sistem Informasi*, 2. [Google Scholar](#)
- Yubel. (2017). Fuzzyfikasi dan defuzzifikasi. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7. [Google Scholar](#)
- Yushila, A. B., & Effendi, U. (2017). Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Metode *Fuzzy–Servqual* Dan *Quality Function Deployment* (Studi Kasus *Café Right Time* Malang). *Jurnal Teknologi Pertanian*, 18 (2), 107–118. [Google Scholar](#)

Zeithaml, B. dan P. (2015). Lima dimensi kualitas pelayanan. *Jurnal Teknologi Informasi*, 10. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Wegi Randol (2021)

First publication right:

Jurnal Syntax Admiration

This article is licensed under:

