

## **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN ZONE OF TOLERANCE (STUDI KASUS: SWALAYAN ASIA MART LHOKSEUMAWE)**

**Datin Suhaella\*, Syamsul Bahri dan Syukriah**

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Malikussaleh, Aceh, Indonesia

\* Email: datinsuhaella@gmail.com

### **Abstrak**

Swalayan Asia Mart adalah salah satu swalayan yang ada di kota Lhokseumawe. Swalayan Asia Mart merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang sangat erat berkaitan dengan pelanggan. Oleh sebab itu, kualitas suatu pelayanan yang diberikan harus bagus agar pelanggan merasa puas dan juga nyaman serta di perlukan metode - metode yang bisa digunakan untuk mengukur kualitas suatu pelayanan tersebut. Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan yang ada di Swalayan Asia Mart menggunakan metode *servqual* dan *zone of tolerance*. Dari hasil penelitian berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada 30 orang responden, didapatlah hasil bahwa ke 21 pernyataan tersebut mempunyai nilai gap negatif yang artinya ke 21 pernyataan belum memuaskan pelanggan namun masih dapat di toleransi oleh pelanggan karena berdasarkan hasil pemetaan menggunakan metode *zone of tolerance* nilai ZOT semua bernilai positif.

**Kata kunci:** Kualitas, Pelayanan, Swalayan, Asia Mart, Servqual

### **PENDAHULUAN**

Kualitas pelayanan merupakan bagian penting dalam proses keberlangsungan suatu perusahaan terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Kualitas pelayanan itu sendiri sangat berhubungan erat dengan kepuasan konsumen atau pelanggan. Banyak perusahaan yang sangat mementingkan kepuasan konsumen agar perusahaan tersebut dapat berumur panjang. Berbagai macam cara mengungkapkannya, karena rasa puas merupakan suatu perasaan yang sulit di deskripsikan secara pasti dan sulit untuk diukur. Seperti yang terjadi pada suatu swalayan, pelanggan akan mempertimbangkan dirinya untuk berkunjung kembali ke swalayan tersebut jika suatu swalayan dapat memastikan bahwa kualitas pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal tersebut dapat dicontohkan seperti ramahnya pekerja swalayan terhadap pelanggan, barang yang sangat lengkap sehingga pelanggan tidak perlu repot-repot pergi ke swalayan lain, swalayan dapat memberikan pelanggan rasa aman saat berbelanja dan hal – hal lainnya yang menjadi pertimbangan pelanggan saat ingin berbelanja di suatu swalayan.

Asia Mart merupakan swalayan yang berada di jalan Darussalam, Lhokseumawe dan memiliki 28 karyawan. Seperti halnya dengan pusat perbelanjaan yang lain, Asia Mart mengedepankan kepuasan konsumen dengan menjunjung tinggi istilah “pembeli adalah raja”. Kepuasan pelanggan salah satunya sangat ditentukan oleh pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya. Kualitas pelayanannya adalah mengenai keramahan kasir terhadap pelanggan, penanganan keluhan dari konsumen, kenyamanan dan keamanan saat berbelanja, kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran serta cepat tanggap dalam melayani konsumen. Swalayan Asia Mart belum memperhatikan aspek tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari hal misalnya masih terdapat tempat parkir yang tidak luas, penyusunan barang-barang yang tidak sesuai kebutuhan konsumen sehingga membuat konsumen sulit mencari barang yang dicari, ketidak nyamanan dalam berbelanja yang disebabkan oleh pendingin ruangan yang kurang dingin, ketidak amanan saat berbelanja yang

disebabkan oleh tidak ada tempat penitipan barang dan masih banyak lagi kekurangan-kekurangan yang sering kita temui.

Asia Mart Lhokseumawe berkeinginan untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggan baik dari sisi kualitas pelayanan maupun peningkatan fasilitas-fasilitas lainnya yang dapat memuaskan konsumen. Hal itu disebabkan karena ketatnya persaingan bisnis usaha swalayan yang mengharuskan Asia Mart tetap bertahan dan memenangkan hati konsumen dengan cara memberikan kepuasan akan kualitas pelayanan kepada konsumen. Berkaitan dengan uraian yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti melakukan sebuah penelitian dengan judul: “**Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Servqual* dan *Zone Of Tolerance*”.**

## LANDASAN TEORI

**Kualitas Pelayanan.** Dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas akan suatu pelayanan yang diberikan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) seorang konsumen atau pelanggan dan pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) seorang konsumen atau pelanggan (hasil yang dirasakan) [1].

**Konsep Gap (Kesenjangan) Konsumen.** Menurut Parasuraman yang dikutip Porter, mencakup lima gap (perbedaan) dalam konsep kesenjangan konsumen. Gap-1: Gap (kesenjangan) antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen suatu perusahaan. Gap-2: Gap antara persepsi manajemen suatu perusahaan tentang harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas dari sebuah jasa. Gap-3: Gap antara spesifikasi kualitas sebuah jasa dan jasa yang disajikan kepada pelanggan. Gap-4: Gap antara penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal kepada pelanggan. Gap-5: Gap antara jasa yang diharapkan pelanggan terhadap jasa aktual yang diterima pelanggan [2].

**Metode *Servquality*.** Menurut Sukmawati (2008) langkah-langkah untuk penyelesaian perhitungan menggunakan metode *servqual* adalah:

- Mencari nilai persepsi (nilai kinerja) dari setiap variabel ( $X_i$ ) dan skor nilai harapan dari setiap variabel ( $Y_i$ )
- Menjumlahkan nilai harapan ( $Y$ ) dan persepsi ( $X$ ) dari tiap variabel seluruh responden, kemudian dihitung rata-ratanya ( $\bar{X}$ ) dan ( $\bar{Y}$ )

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

(1)

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

Dimana:

$\bar{X}$  = Nilai rata-rata persepsi

$\bar{Y}$  = Nilai rata-rata harapan

$n$  = Jumlah responden

- Menghitung gap (kesenjangan) antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan

$$NS_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i$$

(3)

Dimana:

$NS_i$  = Nilai *Servqual* (Gap) variabel ke-i

- d. Menghitung rata-rata gap (kesenjangan) dari setiap variabel

$$\overline{NSi} = \frac{\sum NSi}{Ai}$$

Dimana:

$\overline{NSi}$  = Nilai rata-rata *servqual* (gap) variabel ke-i

$Ai$  = Banyaknya atribut variabel ke- i

- e. Menjumlahkan hasil perhitungan nilai kepuasan tiap dimensi lalu disimpulkan dengan ketentuan, jika nilai yang didapatkan menunjukkan angka negatif (<0) hal tersebut dimaksudkan adanya kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, sebaliknya jika nilai yang didapatkan menunjukkan angka positif (>0) hal tersebut menunjukkan kualitas pelayanan melebihi tingkat kepuasan pelanggan. Sedangkan jika nilai kepuasan yang didapatkan menunjukkan angka nol atau sama dengan nol (=0) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan harapan pelanggan [3].

**Pemetaan Zone Of Tolerance.** Tahap-tahap yang harus dilakukan dalam menyelesaikan perhitungan *zone of tolerance* antara lain:

1. Menghitung *Measure Of Service Adequacy* (MSA)

*Measure Of Service Adequacy* merupakan ukuran kecukupan layanan yang di berikan oleh pemberi jasa kepada penerima jasa. Hal ini dimaksudkan agar dapat diketahui tingkat kinerja jasa minimal yang masih dapat diterima oleh konsumen. Adapun rumus yang digunakan dapat dilihat sebagai berikut.

$$MSA = \text{Pelayanan Persepsi} - \text{Pelayanan Minimum}$$

2. Menghitung *Measure Of Service Superiority* (MSS)

*Measure Of Service Superiority* merupakan ukuran keunggulan layanan yang diberikan oleh pemberi jasa kepada penerima jasa. Hal tersebut dimaksudkan ditujukan kepada kinerja pemberi jasa yang diharapkan pelanggan sehingga dapat memberi rasa puas kepada pelanggan. Adapun rumus yang digunakan dapat dilihat sebagai berikut.

$$MSS = \text{Pelayanan Persepsi} - \text{Pelayanan Ekspektasi}$$

3. Menghitung Posisi Pelayanan Sekarang Pada *Zone Of Tolerance*

Posisi pelayanan sekarang pada ZOT dimaksudkan untuk mengetahui elemen-elemen apa saja yang diberikan oleh pemberi jasa yang masih dapat ditoleransi oleh penerima jasa. Walaupun belum merasa puas akan elemen tersebut, namun elemen tersebut masih dapat dimaklumi oleh penerima jasa. Adapun rumus yang digunakan dapat dilihat sebagai berikut.

Posisi Pelayanan sekarang pada *Zone Of Tolerance* =

$$\frac{MSA}{(\text{Pelayanan Ekspektasi} - \text{pelayanan Minimum})}$$

Hasil dari perhitungan *Zone of Tolerance* bermaksud Jika nilai MSS mendapatkan nilai yang positif, maka pelayanan yang diberikan saat ini berada diatas ZOT artinya konsumen sangat puas akan pelayanan yang diberikan saat ini. Jika nilai MSA mendapatkan nilai yang negatif, maka pelayanan yang diberikan saat ini berada dibawah ZOT artinya, konsumen sangat tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan saat ini. Jika nilai MSA mendapatkan nilai yang positif dan MSS mendapatkan nilai yang negatif, maka pelayanan sekarang berada didalam ZOT, dengan kata lain konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan saat ini namun mereka masih dapat menerima pelayanan yang diberikan saat ini oleh si pemberi jasa [4].

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Perhitungan *Servqual*.** Perhitungan dilakukan berdasarkan skor jawaban responden dengan menggunakan skala *likert* pada kuesioner. Perhitungan dilakukan dengan mengikuti langkah-langkah perhitungan *servqual* yang ada pada persamaan 1 – persamaan 4. Hasil perhitungan *servqual* yang dihitung untuk semua kriteria dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 1. Nilai Gap Per Kriteria

No	Kriteria	Persepsi	Harapan	Gap
1	Lokasi swalayan yang strategis dan mudah untuk dijangkau	4,33	4,70	-0,37
2	Luas nya tempat parkir yang dimiliki swalayan	2,93	4,20	-1,27
3	Fasilitas lengkap yang diberikan pihak swalayan	3,46	4,20	-0,74
4	Adanya sarana komunikasi yang disediakan pihak swalayan	3,10	3,90	-0,80
5	Tersedianya bahan-bahan pokok yang dibutuhkan pelanggan	4,03	4,26	-0,23
6	Harga jual barang yang terdapat di swalayan	3,53	3,96	-0,43
7	Sistem pelayanan yang ada di swalayan	3,80	4,06	-0,26
8	Kualitas barang - barang yang dijual	3,86	4,40	-0,54
9	Kemudahan pelanggan dalam melakukan pembayaran	4,13	4,26	-0,13
10	Tindakan yang diambil karyawan saat ada keluhan pelanggan	3,73	4,07	-0,34
11	Respon pihak swalayan jika ada permintaan pelanggan yang dianggap baru	3,60	4,20	-0,60
12	Respon pihak swalayan jika ada kritik dan saran dari pelanggan	3,76	4,23	-0,47
13	Respon karyawan saat menanggulangi keluhan pelanggan	3,76	4,30	-0,54
14	Pelayanan saat berbelanja yang didapatkan dengan mudah	3,80	4,37	-0,57
15	Tingkat keramahan karyawan kepada pelanggan	3,93	4,23	-0,30
16	Lingkungan swalayan yang aman	3,67	4,13	-0,46
17	Swalayan yang bersih dan nyaman	4,00	4,40	-0,40
18	Pelanggan dengan mudah meminta bantuan karyawan	3,70	4,07	-0,37
19	Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan	3,53	4,00	-0,47
20	Tanggung jawab dari pihak swalayan jika terdapat pelayanan kurang baik	3,76	4,13	-0,37
21	Pihak Asia Mart selalu <i>update</i> dengan barang-barang terbaru	3,63	4,20	-0,57

Dari Tabel diatas, dapat diketahui nilai gap pada keseluruhan kriteria bernilai negatif. Artinya, ke-21 kriteria tersebut belum dapat memuaskan pelanggan swalayan Asia Mart. Namun, kriteria yang paling tidak memuaskan konsumen adalah kriteria “tempat parkir yang luas” dengan nilai gap yang didapatkan adalah -1,27.

Tabel 2. Nilai Gap Per Dimensi

No	Kriteria	Persepsi	Harapan	Gap
<b><i>Tangibles</i></b>				
1	Lokasi swalayan yang strategis dan mudah untuk dijangkau	4,33	4,70	-0,37
2	Luas nya tempat parkir yang dimiliki swalayan	2,93	4,20	-1,27
3	Fasilitas lengkap yang diberikan pihak swalayan	3,46	4,20	-0,74
4	Adanya sarana komunikasi yang disediakan pihak swalayan	3,10	3,90	-0,80

5	Tersedianya bahan-bahan pokok yang dibutuhkan pelanggan	4,03	4,26	-0,23
6	Harga jual barang yang terdapat di swalayan	3,53	3,96	-0,43
<b>Jumlah</b>		<b>3,56</b>	<b>4,20</b>	<b>-0,64</b>
<b>Reliabilities</b>				
7	Sistem pelayanan yang ada di swalayan	3,80	4,06	-0,26
8	Kualitas barang - barang yang dijual	3,86	4,40	-0,54
9	Kemudahan pelanggan dalam melakukan pembayaran	4,13	4,26	-0,13
<b>Jumlah</b>		<b>3,93</b>	<b>4,24</b>	<b>-0,31</b>
<b>Responsiveness</b>				
10	Tindakan yang diambil karyawan saat ada keluhan pelanggan	3,73	4,07	-0,34
11	Respon pihak swalayan jika ada permintaan pelanggan yang dianggap baru	3,60	4,20	-0,60
12	Respon pihak swalayan jika ada kritik dan saran dari pelanggan	3,76	4,23	-0,47
13	Respon karyawan saat menanggulangi keluhan pelanggan	3,76	4,30	-0,54
<b>Jumlah</b>		<b>3,71</b>	<b>4,20</b>	<b>-0,49</b>
<b>Assurance</b>				
14	Pelayanan saat berbelanja yang didapatkan dengan mudah	3,80	4,37	-0,57
15	Tingkat keramahan karyawan kepada pelanggan	3,93	4,23	-0,30
16	Lingkungan swalayan yang aman	3,67	4,13	-0,46
17	Swalayan yang bersih dan nyaman	4,00	4,40	-0,40
<b>Jumlah</b>		<b>3,85</b>	<b>4,28</b>	<b>-0,43</b>
<b>Emphaty</b>				
18	Pelanggan dengan mudah meminta bantuan karyawan	3,70	4,07	-0,37
19	Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan	3,53	4,00	-0,47
20	Tanggung jawab dari pihak swalayan jika terdapat pelayanan kurang baik	3,76	4,13	-0,37
21	Pihak Asia Mart selalu <i>update</i> dengan barang-barang terbaru	3,63	4,20	-0,57
<b>Jumlah</b>		<b>3,65</b>	<b>4,10</b>	<b>-0,45</b>

Dari Tabel diatas, dapat dilihat bahwasanya semua perhitungan menunjukkan nilai negatif. Yang artinya semua dimensi tersebut belum dapat memuaskan konsumen. Pada Tabel tersebut dimensi yang memiliki nilai negatif paling besar adalah dimensi *tangibles* dengan nilai -0,64 dan dimensi yang memiliki nilai negatif paling kecil yaitu dimensi *reliabilities* dengan nilai -0,31.

**Pemetaan Zone Of Tolerance.** Pemetaan *Zone Of Tolerance* berguna untuk memetakan kriteria-kriteria yang terdapat didalam kuesioner dengan melihat berdasarkan nilai perhitungan MSA, MSS dan ZOT. Pemetaan tersebut bertujuan untuk melihat kriteria-kriteria mana saja yang masih dapat ditoleransi oleh pelanggan, yang tidak memuaskan pelanggan dan yang memuaskan pelanggan. Sebelum melakukan perhitungan skor jawaban responden harus dirata-ratakan terlebih dahulu. Pemetaan ZOT dilihat pada Tabel sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Pemetaan ZOT

Atribut	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	Tingkat Pelayanan Minimum	MSA	MSS	ZOT
Lokasi swalayan yang strategis dan mudah untuk dijangkau	4,33	4,70	2,60	1,73	-0,37	0,82
Luas nya tempat parkir yang dimiliki swalayan	2,93	4,20	2,23	0,70	-1,27	0,35
Fasilitas lengkap yang diberikan pihak swalayan	3,46	4,20	2,70	0,76	-0,74	0,51
Adanya sarana komunikasi yang disediakan pihak swalayan	3,10	3,90	2,43	0,67	-0,80	0,99
Tersedianya bahan-bahan pokok yang dibutuhkan pelanggan	4,03	4,26	2,70	1,33	-0,23	0,85
Harga jual barang yang terdapat di swalayan	3,53	3,96	2,53	1,00	-0,43	0,69
Sistem pelayanan yang ada di swalayan	3,80	4,06	2,40	1,4	-0,26	0,84
Kualitas barang - barang yang dijual	3,86	4,40	2,57	1,29	-0,54	0,70
Kemudahan pelanggan dalam melakukan pembayaran	4,13	4,26	2,77	1,36	-0,13	0,91
Tindakan yang diambil karyawan saat ada keluhan pelanggan	3,73	4,07	2,60	1,13	-0,34	0,76
Respon pihak swalayan jika ada permintaan pelanggan yang dianggap baru	3,60	4,20	2,70	0,90	-0,60	0,60
Respon pihak swalayan jika ada kritik dan saran dari pelanggan	3,76	4,23	2,70	1,06	-0,47	0,69
Respon karyawan saat menanggulangi keluhan pelanggan	3,76	4,30	2,60	1,16	-0,54	0,68
Pelayanan saat berbelanja yang didapatkan dengan mudah	3,80	4,37	2,70	1,10	-0,57	0,65
Tingkat keramahan karyawan kepada pelanggan	3,93	4,23	2,53	1,40	-0,30	0,82
Lingkungan swalayan yang aman	3,67	4,13	2,90	0,77	-0,46	0,62
Swalayan yang bersih dan nyaman	4,00	4,40	2,73	1,27	-0,40	0,76
Pelanggan dengan mudah meminta bantuan karyawan	3,70	4,07	2,67	1,03	-0,37	0,73
Komunikasi yang baik antara karyawan dan pelanggan	3,53	4,00	2,57	0,96	-0,47	0,67
Tanggung jawab dari pihak swalayan jika terdapat pelayanan kurang baik	3,76	4,13	2,93	0,83	-0,37	0,69
Pihak Asia Mart selalu <i>update</i> dengan barang-barang terbaru	3,63	4,20	2,53	1,10	-0,57	0,65

Pada perhitungan berdasarkan tabel diatas, dapat dikatakan bahwa semua kriteria berada di dalam *Zone Of Tolerance*. Hal itu dapat dibuktikan berdasarkan ketentuan yang menyatakan Jika nilai MSS mendapatkan nilai yang positif, maka pelayanan yang diberikan saat ini berada diatas ZOT artinya konsumen sangat puas akan pelayanan yang diberikan saat ini. Jika nilai MSA mendapatkan nilai yang negatif, maka pelayanan yang diberikan saat ini berada dibawah ZOT artinya, konsumen sangat tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan saat ini. Jika nilai MSA mendapatkan nilai yang positif dan MSS mendapatkan nilai yang negatif, maka pelayanan sekarang berada didalam ZOT, dengan kata lain konsumen merasa tidak puas

terhadap pelayanan yang diberikan saat ini namun mereka masih dapat menerima pelayanan yang diberikan saat ini oleh si pemberi jasa. Walaupun semua kriteria berada pada ZOT atau masih dapat ditoleransi pelanggan, namun pihak Swalayan Asia Mart harus tetap meningkatkan kualitas suatu pelayanan agar pelanggan merasa puas terhadap jasa pelayanan yang diberikan Swalayan Asia Mart. Agar membuat pelanggan tidak beralih dan menambah pelanggan yang berbelanja ke Asia Mart setiap harinya mengingat persaingan bisnis swalayan sangat pesat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada perhitungan *servqual* per kriteria didapatkan hasil perhitungan bahwa ke 21 kriteria memiliki nilai gap negatif. Artinya semua kriteria tersebut tidak memuaskan pelanggan Swalayan Asia Mart. Hal ini menunjukkan bahwa pihak Asia Mart tidak menaruh perhatian khusus terhadap kualitas pelayanan yang di berikan. Harusnya, kualitas pelayanan merupakan hal yang harus sangat diperhatikan karena berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen yang bisa menjadi tolak ukur perkembangan swalayan itu sendiri ditengah persaingan yang semakin ketat. Kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan cara memberikan fasilitas kotak saran untuk konsumen yang ingin menyampaikan kritik dan saran, karyawan yang bekerja harus lebih sigap dalam melayani keluhan dari konsumen, karyawan yang bekerja juga harus melayani konsumen dengan bersikap ramah kepada konsumen. Pada perhitungan *servqual* per dimensi didapat bahwa nilai setiap dimensinya adalah negatif. Artinya, pelanggan belum merasa puas terhadap swalayan Asia Mart jika dilihat dari sudut pandang dimensi. Dimensi yang dimaksud adalah *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Dari hasil perhitungan didapatkan bahwa dimensi *tangibles* mendapatkan nilai perhitungan sebesar -0,64, dimensi *reliabilities* mendapatkan nilai perhitungan sebesar -0,31, dimensi *responsiveness* mendapatkan nilai perhitungan sebesar -0,49 serta dimensi *assurance* dan *emphaty* masing-masing mendapatkan nilai perhitungan sebesar -0,43 dan -0,45. Maka, dimensi yang memiliki nilai negatif terbesar adalah dimensi *tangibles* dan nilai negatif terkecil adalah dimensi *reliable*. Pada perhitungan *Zone Of Tolerance* didapatkan bahwa kriteria-kriteria tersebut tidak memuaskan pelanggan, namun masih dapat di toleransi oleh pelanggan. Hal itu di buktikan karena nilai MSA bernilai positif dan Nilai MSS bernilai negatif dari hasil perhitungan yang dilakukan. Walaupun ke 21 kriteria kualitas pelayanan tersebut masih dapat ditoleransi oleh para pelanggan swalayan Asia Mart namun pihak Asia Mart harus meningkatkan kualitas suatu pelayanan agar pelanggan (konsumen) merasa puas akan pelayanan tersebut dan tetap memilih Asia Mart sebagai swalayan yang akan dikunjungi ketika ingin berbelanja. Jika tidak ditingkatkan, maka dikhawatirkan pelanggan-pelanggan tersebut akan beralih ke swalayan lain yang memberikan fasilitas atau kualitas pelayanan yang lebih baik.

## KESIMPULAN

Berdasarkan dari pengolahan data dan penelitian yang dilakukan, maka kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang ada di swalayan Asia Mart menurut hasil perhitungan menggunakan metode *servqual* adalah semua kriteria yang terdapat pada pernyataan kuesioner bernilai negatif. Artinya, semua kriteria tersebut tidak dapat memuaskan pelanggan, sehingga harus dilakukannya perbaikan terhadap sistem kualitas pelayanan yang ada di swalayan Asia Mart.
2. Atribut-atribut yang masih dapat diterima oleh pelanggan berdasarkan pemetaan ZOT adalah semua atribut/kriteria. Hal itu dapat dilihat dari semua kriteria yang mendapatkan nilai MSA bernilai positif dan MSS bernilai negatif yang artinya semua kriteria tersebut berada pada ZOT. Walaupun kriteria-kriteria tersebut tidak memuaskan pelanggan, tetapi pelanggan masih dapat menerimanya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Lapalelo, Batrix. *Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*, (2016). 31 – 44.
- [2] Nurdianto, Dodik Fredo. *Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Fuzzy dan Metode Service Quality Pada Pusat Perbelanjaan Assalam Hypermarket*. (2008). Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [3] Nuryani, Ayu Rahma Putri. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Servqual*. (2014). 1 – 7.
- [4] Kusumawati, Herlina. *Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Pemetaan Zone Of Tolerance*. (2016). **3**, 1 – 84.