

Metode Servqual Dalam Analisa Kepuasan Pengguna Aplikasi Jakone Mobile Merchant

Harry Prima¹, Kresna Ramanda², Arief Rusman^{3*}, Sulaeman Hadi Sukmana⁴,
Erma Delima Sikumbang⁵, Qudsiah Nur Azizah⁶

^{1,3}Universitas Nusa Mandiri, Indonesia

^{2,4,5,6}Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

E-mail: harryprima21@gmail.com¹, kresna.kra@bsi.ac.id²,
arief.aef@nusamandiri.ac.id³, sulaeman.sdu@bsi.ac.id⁴, erma@bsi.ac.id⁵,
qudsiah.qna@bsi.ac.id⁶

Abstract

Jakone Mobile Merchant is a financial service application that allows to make transactions for daily needs at merchants that collaborate with Bank DKI, such as transaction information at merchants and electronic money transfers to Bank DKI savings accounts. One of the keys to success is providing excellent service to customers when using the Jakone Mobile Merchant application. In order to understand the level of satisfaction of application users. This measurement uses the Servqual method with five service quality dimensions: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty. This measurement makes it possible to provide recommendations on the level of user satisfaction. Results based on measuring five dimensions of service quality show that the two dimensions that influence service quality, namely the empathy dimension, have a result of -0.82. This means that this aspect of service needs to receive attention and become a priority for evaluation and assessment. Further improvement of service quality should be carried out by PT Bank DKI as the owner of the Jakone merchant mobile application.

Keywords: Jakone Mobile Merchant, Bank DKI, Service Quality

Abstrak

Jakone Mobile Merchant merupakan aplikasi layanan keuangan yang memungkinkan untuk melakukan transaksi kebutuhan sehari-hari di merchant-merchant yang bekerja sama dengan Bank DKI, seperti Informasi transaksi di merchant dan transfer uang elektronik ke rekening tabungan Bank DKI. Salah satu kunci suksesnya adalah memberikan pelayanan prima kepada pelanggan saat menggunakan aplikasi Jakone Mobile Merchant. Agar dapat memahami tingkat kepuasan pengguna aplikasi. Pengukuran ini menggunakan metode Servqual dengan lima dimensi kualitas layanan: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty. Pengukuran ini memungkinkan untuk memberikan rekomendasi tingkat kepuasan pengguna. Hasil berdasarkan pengukuran lima dimensi kualitas pelayanan menunjukkan bahwa kedua dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu dimensi empati mempunyai hasil sebesar -0,82. Artinya, aspek pelayanan ini perlu mendapat perhatian dan menjadi prioritas evaluasi dan evaluasi. Peningkatan kualitas layanan lebih lanjut sebaiknya dilakukan oleh PT Bank DKI selaku pemilik aplikasi mobile merchant Jakone.

Kata kunci: Jakone Mobile Merchant, Bank DKI, Service Quality

1. Pendahuluan

Sektor perbankan perlu mengintegrasikan teknologi informasi ke dalam seluruh jenis operasional dan operasional untuk menjamin kelangsungan usaha dan meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan bagi seluruh nasabah. Salah satunya adalah penyediaan

layanan kemudahan informasi atau transaksi keuangan dan non keuangan, yaitu layanan digital e-banking[1][2].

Saat ini seluruh bank di Indonesia telah mendirikan program *learning center* dan *service academy* untuk mengkoordinasikan standar pelayanan yang harus diberikan pegawai kepada nasabah dan memastikan kesan pelayanan terlihat jelas. Hal ini membuktikan komitmen dalam meningkatkan kualitas pelayanan dari sisi sumber daya manusia. Dekat dengan nasabah dan menciptakan kepuasan serta keyakinan terhadap apa yang dicarinya dalam menggunakan layanan perbankan. Namun, ada banyak alasan mengapa nasabah memilih layanan perbankan lain. Hal ini disebabkan oleh kekurangan sumber daya manusia dan sistem teknis yang digunakan untuk pelayanan pelanggan, antara lain menurunnya kualitas pelayanan teller dan seringkali terjadi kesalahan dan permasalahan pada ATM dan fasilitas lainnya seperti *Mobile Banking* dan *Internet Banking*[3]. Untuk memudahkan penerapan transaksi nontunai di Jakarta, Bank DKI terus mengembangkan aplikasi layanan keuangan *JakOne Mobile Merchant*. Langkah tersebut akan dilakukan dengan Bank DKI yang menggandeng UMKM di Jakarta. Dengan menjadi *mobile merchant JakOne*, UMKM DKI Jakarta dapat dengan mudah memantau pembayaran dan transaksi keuangannya. Selain itu, dengan menggandeng bank DKI, UMKM mempunyai potensi lebih besar untuk meningkatkan jumlah pembelian pengguna *JakOne Mobile* yang saat ini mencapai puluhan ribu pengguna. Tingkat pelayanan tidak bisa dinilai dari sudut pandang perusahaan, melainkan harus dilihat dari sudut pandang pelanggan. Oleh karena itu, ketika mengembangkan strategi dan program layanan, perusahaan harus memperhatikan faktor kualitas pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan [4][5].

Salah satu kunci suksesnya adalah memberikan pelayanan prima kepada pelanggan saat menggunakan aplikasi *Jakone Mobile Merchant*. Agar dapat memahami tingkat kepuasan pengguna jasa. Metode Servqual dengan lima dimensi kualitas pelayanan digunakan untuk pengukuran, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Dengan pengukuran ini akan dapat terlibat tingkat kepuasan pelanggan[6][7]. Metode Servqual mempunyai kelebihan yaitu dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada setiap atribut pelayanan [8][9]. Metode Servqual memberikan gambaran terkait tingkat kepuasan pengguna pada Aplikasi kartu kredit online[10].

Aplikasi *Jakone Mobile Merchant* sebaiknya menganalisis kepuasan pengguna berdasarkan pertimbangan dan analisis permasalahan yang ada untuk mengetahui kualitas aplikasi terhadap pelanggan. Untuk itu, pada penelitian ini akan diterapkan metode Servqual untuk menganalisa kepuasan pengguna aplikasi *Jakone mobile merchant*.

2. Metodologi Penelitian

2.1. Tahapan Penelitian

Pada penelitian ini tahapan yang dilakukan mulai dari identifikasi masalah, studi literatur, studi pustaka, rumusan masalah, tujuan masalah, studi lapangan, pengumpulan data, uji validitas dan uji reliabilitas, pengolahan data metode servqual (service quality), analisis data dan memberikan kesimpulan serta rekomendasi penelitian.

2.2. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, digunakan untuk membantu untuk membantu proses pengumpulan data yang digunakan untuk pengolahan data [11]. Jumlah pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui kualitas kepuasan nasabah terhadap pelayanan *Jakone Mobile Merchant* yaitu 50 butir, butir soal pertanyaan digunakan untuk mengetahui seberapa tingkat kualitas kinerja dan harapan terhadap kepuasan pelayanan *Jakone Mobile Merchant* pada nasabah Bank DKI.

2.3. Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel Penelitian

Pada tahap ini, pengumpulan data dilakukan yang terkait dengan pelayanan Aplikasi *Jakone Mobile merchant* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Sebelum melakukan pengumpulan data yang lebih mendalam, kami melakukan penelusuran terlebih dahulu untuk memperoleh gambaran umum tentang objek penelitian. Melalui penelusuran ini, kami dapat memperoleh gambaran umum tentang *Jakone Mobile Merchant* khususnya yang terkait dengan pelayanan yang di berikan pada PT. Bank DKI dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Populasi yang digunakan untuk memenuhi penelitian ini Nasabah pengguna *Jakone Mobile Merchant* PT. Bank DKI Kantor Layanan Walikota Jakarta Timur, Nasabah tersebut dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini. Survey yang telah dilakukan demi pengumpulan data penelitian dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden.

Berdasarkan populasi Nasabah yang ada di PT. Bank DKI Kantor Layanan Walikota Jakarta Timur maka jumlah Nasabah bisa mencapai kurang lebih 18.000 Nasabah. Dengan menggunakan rumus slovin[11] dalam menentukan ukuran jumlah sampelnya sebagai berikut:

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

$$= \frac{18.000}{1 + 18.000(0,1)^2}$$

$$= 99,447 \text{ responden}$$

Keterangan :

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran Populasi
- e = Error (kesalahan) 10%

Sehingga, Jumlah sampel harus dibulatkan menjadi 100 responden untuk menyebarkan kuesioner kepada Nasabah pengguna *Jakone Mobile Merchant* PT. Bank DKI Kantor Layanan Walikota Jakarta Timur.

2.4. Metode Analisis Data

Pengukuran kualitas pelayanan pada *Jakone Mobile Merchant* PT. Bank DKI dalam model servqual (Service Quality) didasarkan pada skala multi-item yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan ada lima dimensi utama dan untuk mengukur harapan dan persepsi Nasabah PT .Bank DKI, serta gap diantara keduanya pada lima dimensi utama servqual (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy)[9]. Kelima dimensi utama tersebut dijabarkan kedalam masing-masing pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan yang disusun dalam pertanyaan-pertanyaan berdasarkan skala likert[11] dari 1 sampai dengan 5. Data yang diperoleh melalui instrumen servqual dapat digunakan untuk menghitung skor gap kualitas pelayanan pada berbagai level.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Validitas Data Responden

Dari hasil perhitungan didapat nilai korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r Tabel pada signifikasi 0,05 dan jumlah data adalah 100 kuesioner, maka di dapat r Tabel sebesar 0,195. Jika r hitung > r Tabel maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid, sedangkan jika r hitung < r Tabel maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid, berikut ini hasil perhitungan uji validitas perdimensi data menggunakan SPSS 16.0:

Tabel 1. Descriptive Statistics Tangible Ekspektasi

	Mean	Std. Deviation	N
X1	4.91	.288	100
X2	4.93	.256	100
X3	4.96	.197	100
X4	4.99	.100	100
X5	4.79	.409	100
Total	24.58	.606	100

Pada Tabel 1, kolom output descriptive statistics Tangible Ekspektasi dapat disimpulkan bahwa total skor untuk 5 pertanyaan dengan dimensi servqual adalah 24.58 dengan standar deviation 606 dan dengan jumlah sampel 100 responden.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Tangible Ekspektasi

s		X1	X2	X3	X4	X5	Total
X1	Pearson Correlation	1	-.086	-.064	-.032	-.162	.302"
	Sig. (2-tailed)		.393	.526	.755	.107	.002
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	-.086	1	-.056	-.028	.243'	.524"
	Sig. (2-tailed)	.393		.580	.785	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	-.064	-.056	1	-.021	.020	.281"
	Sig. (2-tailed)	.526	.580		.839	.843	.005
	N	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	-.032	-.028	-.021	1	.195	.263"
	Sig. (2-tailed)	.755	.785	.839		.052	.008
	N	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	-.162	.243'	.020	.195	1	.740"
	Sig. (2-tailed)	.107	.015	.843	.052		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.302"	.524"	.281"	.263"	.740"	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.005	.008	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

“, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

’, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Berdasarkan Tabel 2, hasil perhitungan uji validitas pada kuesioner harapan dimensi tangible ekspektasi menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang dibuat telah valid, karena setiap item yang ada pada kuesioner harapan dimensi tangible lebih besar dari pada r table. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3 rangkuman uji validitas berikut ini:

Tabel 3. Rangkuman Uji Validitas Tangible Ekspektasi

Pertanyaan	r hitung	r Tabel	Keterangan
X1	0,302	0,195	Valid
X2	0,524		Valid
X3	0,281		Valid
X4	0,263		Valid
X5	0,740		Valid

3.2. Uji Reliabilitas Data Responden

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat konsisten tanggapan responden terhadap item pertanyaan berdasarkan pemahaman responden terhadap pertanyaan-

pertanyaan dalam menggunakan teknik Alpha Cronbach's dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Apabila nilai alfa > nilai kritis (0,60) dengan df = N-2 dengan taraf signifikansi 5% maka instrumen penelitian tersebut reliabel[11].
2. Apabila nilai alfa < nilai kritis (0,60) dengan df = N-2 dengan taraf signifikansi 5% maka instrumen penelitian tersebut tidak reliabel[11].

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas pada kuesioner harapan di dapatkan nilai Alpha cronbach's yaitu 0,774 yang artinya tingkat reliabilitas pada kuesioner harapan reliabel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat berikut ini hasil perhitungan uji reliabilitas responden dari variabel harapan atau ekspektasi dengan menggunakan SPSS 16.0:

Tabel 4. Analisa Perhitungan untuk Reliabilitas Item pertanyaan Ekspektasi

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded	0	.0
	Total	100	100.0

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Data Responden Variabel Ekspektasi

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	25

Berikut ini hasil uji reliabilitas data variabel harapan atau ekspektasi:

Tabel 6. Item Total Statistics Variabel Harapan Ekspektasi

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	115.5000	14.273	-.125	.785
X2	115.4800	13.585	.228	.770
X3	115.4500	13.927	.080	.775
X4	115.4200	13.923	.201	.773
X5	115.6200	13.066	.287	.768
X6	115.5000	13.747	.118	.775
X7	115.6400	12.778	.347	.764
X8	115.6700	12.951	.296	.767
X9	115.5800	13.620	.115	.777
X10	115.4800	13.787	.121	.774
X11	115.6100	13.614	.104	.778
X12	115.7400	13.548	.090	.782
X13	115.6000	12.990	.330	.765
X14	115.6300	12.579	.451	.757
X15	115.6200	12.420	.518	.753
X16	115.6300	12.215	.582	.749
X17	115.4700	13.787	.135	.774
X18	115.6200	13.066	.265	.769
X19	115.5900	12.588	.491	.756
X20	115.5900	12.648	.468	.757
X21	115.5400	12.978	.407	.761
X22	115.6100	13.048	.300	.767
X23	115.7400	12.679	.3531	.764
X24	115.7500	11.866	.575	.747
X25	115.7600	11.841	.610	.744

3.3. Perhitungan Pembobotan dan Rata-Rata

Setelah melakukan perhitungan frekuensi jawaban responden maka selanjutnya menghitung nilai bobot dan rata-rata jawaban kuesioner[11]. Untuk menghitung nilai bobot sebagai berikut:

$$\sum x_i = (b_1 \times n_1) + (b_2 \times n_2) + \dots + (b_K \times n_K) \quad (2)$$

Keterangan:

- $\sum x_i$ = Nilai bobot kuesioner
 b = Banyaknya skor masing-masing variabel pertanyaan
 n = Kriteria pertanyaan

Rata-rata jawaban responden dihitung dengan persamaan berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} \quad (3)$$

Keterangan:

- $\bar{x}$ = Rata-rata jawaban responden
 $\sum x_i$ = Jumlah bobot jawaban responden
 n = Jumlah Responden

Berikut ini hasil nilai bobot dan nilai rata-rata jawaban responden terhadap variabel harapan dan persepsi terhadap pelayanan PT.Bank DKI adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Nilai Bobot dan Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan Ekspektasi

Variabel	SP	P	CP	TP	STP	Total	Sxi	X
X1	91	9				100	491	4,91
X2	93	7				100	493	4,93
X3	96	4				100	496	4,96
X4	99	1				100	499	4,99
X5	79	21				100	479	4,79
X6	91	9				100	491	4,91
X7	79	21				100	479	4,79
X8	74	26				100	474	4,74
X9	83	17				100	483	4,83
X10	93	7				100	493	4,93
X11	80	20				100	480	4,8
X12	67	33				100	467	4,67
X13	81	19				100	481	4,81
X14	78	22				100	478	4,78
X15	79	21				100	479	4,79
X16	78	22				100	478	4,78
X17	94	6				100	494	4,94
X18	80	19	1			100	479	4,79
X19	82	18				100	482	4,82
X20	82	18				100	482	4,82
X21	87	13				100	487	4,87
X22	80	20				100	480	4,8
X23	67	33				100	467	4,67
X24	67	32	1			100	466	4,66
X25	65	35				100	465	4,65

Tabel 8. Nilai Bobot dan Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan Persepsi

Variabel	SP	P	CP	TP	STP	Total	Sxi	X
Y1	12	67	21			100	391	3,91
Y2	14	64	22			100	392	3,92
Y3	7	70	23			100	384	3,84
Y4	8	72	20			100	388	3,88
Y5	5	62	33			100	372	3,72
Y6	3	52	45			100	358	3,58
Y7	6	47	47			100	359	3,59
Y8	9	57	34			100	375	3,75
Y9	5	63	32			100	373	3,73
Y10	4	71	25			100	379	3,79
Y11	3	56	41			100	362	3,62
Y12	13	69	18			100	395	3,95

Variabel	SP	P	CP	TP	STP	Total	Sxi	X
Y13	14	56	30			100	384	3,84
Y14	4	61	35			100	369	3,69
Y15	5	69	26			100	379	3,79
Y16	21	70	9			100	412	4,12
Y17	12	74	14			100	398	3,98
Y18	7	65	28			100	379	3,79
Y19	17	48	35			100	382	3,82
Y20	4	80	16			100	388	3,88
Y21	14	69	17			100	397	3,97
Y22	44	38	18			100	426	4,26
Y23	3	73	23			100	378	3,78
Y24	3	73	24			100	379	3,79
Y25	3	67	30			100	373	3,73

3.4. Perhitungan Nilai Gap Kepuasan Pelanggan

Perhitungan nilai *gap* kesenjangan antara nilai rata-rata kinerja atau persepsi terhadap pelayanan yang ada dan nilai rata-rata harapan atau ekspektasi dengan persamaan sebagai berikut:

$$SQ = \bar{y} - \bar{x} \quad (4)$$

Keterangan:

SQ = Nilai *gap*

$\bar{y}$ = Nilai rata-rata kinerja atau persepsi

$\bar{x}$ = Nilai rata-rata harapan atau ekspektasi

Berikut Hasil perhitungan Nilai *gap* dapat dilihat pada Tabel 9 sebagai berikut :

Tabel 9. Nilai Rata-rata Jawaban Responden dan Nilai *Gap* Ekspektasi dan Persepsi

Ekspektasi Terhadap pelayanan		Kinerja Pelayanan		Nilai Gap
Variabel Pertanyaan	Nilai Rata-Rata	Variabel Pertanyaan	Nilai Rata-Rata	
X1	4,91	Y1	3,91	-1
X2	4,93	Y2	3,92	-1,01
X3	4,96	Y3	3,84	-1,12
X4	4,99	Y4	3,88	-1,11
X5	4,79	Y5	3,72	-1,07
X6	4,91	Y6	3,58	-1,33
X7	4,79	Y7	3,59	-1,2
X8	4,74	Y8	3,75	-0,99
X9	4,83	Y9	3,73	-1,1
X10	4,93	Y10	3,79	-1,14
X11	4,8	Y11	3,62	-1,18
X12	4,67	Y12	3,95	-0,72
X13	4,81	Y13	3,84	-0,97
X14	4,78	Y14	3,69	-1,09
X15	4,79	Y15	3,79	-1
X16	4,78	Y16	4,12	-0,66
X17	4,94	Y17	3,98	-0,96
X18	4,79	Y18	3,79	-1
X19	4,82	Y19	3,82	-1
X20	4,82	Y20	3,88	-0,94
X21	4,87	Y21	3,97	-0,9
X22	4,8	Y22	4,26	-0,54
X23	4,67	Y23	3,78	-0,89
X24	4,66	Y24	3,79	-0,87

Ekspektasi Terhadap pelayanan		Kinerja (5) ran		Nilai Gap
Variabel Pertanyaan	Nilai Rata-Rata	Variabel Pertanyaan	Nilai Rata-Rata	
X25	4,65	Y25	3,73	-0,92

3.5. Perhitungan Nilai Servqual (Service Quality) Per Dimensi

Untuk menghitung rata-rata per jawaban dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

$\bar{x}$ = Rata- rata jawaban per dimensi

$\sum xi$ = Jumlah rata-rata variabel

K = Jumlah variabel

Berikut ini adalah hasil perhitungan rata-rata per dimensi dapat dilihat di pada Tabel 10:

Tabel 10. Nilai rata-rata per dimensi Jawaban Responden Kepuasan Pelayanan (*gap*)

Variabel Pertanyaan	Nilai Rata-Rata	Variabel Pertanyaan	Nilai Rata-Rata
X1	491	Y1	391
X2	493	Y2	392
X3	496	Y3	384
X4	499	Y4	388
X5	479	Y5	372
<i>x Tangible</i>	492	<i>x Tangible</i>	385
X6	491	Y6	358
X7	479	Y7	359
X8	474	Y8	375
X9	483	Y9	373
X10	493	Y10	379
<i>x Tangible</i>	484	<i>x Tangible</i>	369
X11	480	Y11	362
X12	467	Y12	395
X13	481	Y13	384
X14	478	Y14	369
X15	479	Y15	379
<i>x Tangible</i>	477	<i>x Tangible</i>	378
X16	478	Y16	412
X17	494	Y17	398
X18	479	Y18	379
X19	482	Y19	382
X20	482	Y20	388
<i>x Tangible</i>	483	<i>x Tangible</i>	392
X21	487	Y21	397
X22	480	Y22	426
X23	467	Y23	378
X24	466	Y24	379
X25	465	Y25	373
<i>x Tangible</i>	473	<i>x Tangible</i>	391

3.6. Menentukan Servqual Score Untuk Setiap Variabel

Selanjutnya menghitung nilai *gap* tiap dimensi dihitung dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$SQ = \bar{y} - \bar{x}$$

(6)

Keterangan:

SQ = Nilai *gap*

$\bar{y}$ = Nilai rata-rata kinerja atau persepsi

$\bar{x}$ = Nilai rata-rata harapan atau ekspektasi

Berikut adalah hasil dari *Servqual Score* berdasarkan lima dimensi *Servqual* dapat dilihat pada Tabel 11:

Tabel 11. Hasil *Servqual Score* berdasarkan Lima Dimensi

Dimensi <i>ServQual</i>	Ekspektasi terhadap layanan	Persepsi terhadap layanan	Nilai Gap	Rangking
Tangible	4,92	3,85	-1,07	2
Reliability	4,84	3,69	-1,15	1
Responsiveness	4,77	3,78	-0,99	3
Assurance	4,83	3,92	-0,91	4
Empathy	4,73	3,91	-0,82	5

Pada Tabel 11 menggambarkan hasil yang akan menjadikan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Jakone Mobile Merchant*. Dimensi *Reliability* menjadi urutan pertama berdasarkan nilai Gap sebesar -1,15. Di posisi kedua ada dimensi *Tangible* dengan nilai Gap -1,07, dimensi *Responsiveness* dengan nilai Gap -0,99, dimensi *Assurance* dengan nilai Gap 0,091 pada posisi ketiga dan keempat. Untuk peringkat terakhir dengan nilai Gap -0,82 yaitu dimensi *Empathy*.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mulai dari tahap perancangan hingga pengujian terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi *Jakone Mobile Merchant* Pada PT. BANK DKI Kantor Layanan Walikota Jakarta Timur, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian bahwa metode kualitas layanan (*ServQual*) digunakan untuk mengukur dan memperoleh nilai kualitas layanan. Dalam metode ini, tingkat persepsi dan harapan pelanggan diukur menggunakan kuesioner yang dikembangkan berdasarkan dimensi *ServQual*, dan peringkat nilai persepsi atau kinerja dikurangi dari nilainya. Nilai yang diharapkan atau nilai yang diharapkan ini disebut dengan istilah gap. Jika gap bernilai negatif (-), berarti kualitas pelayanan diketahui belum memenuhi harapan pelanggan atau memenuhi kebutuhan pelanggan. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa rata-rata skor kesenjangan (Gap) antara kinerja dan persepsi *Jakone Mobile Merchant* serta harapannya dalam dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy adalah negatif, dan secara keseluruhan terdapat kurangnya layanan di semua dimensi. Dimensi yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang memiliki nilai rendah, yaitu dimensi *Empathy* (Simpati) dengan hasil -0,82, artinya dimensi pelayanan ini yang harus menjadi perhatian dan menjadi prioritas untuk evaluasi dan peningkatan kualitas pelayanan Aplikasi *Jakone Mobile Merchant*.

Daftar Pustaka

- [1] B. S. Silalahi and F. J. Kaunang, "Analisis Service Quality pada Aplikasi DANA berdasarkan Sudut Pandang Pelanggan di Daerah Bandung Menggunakan Metode *Servqual* dan Model Kano," *TeIKA*, vol. 12, no. 02, pp. 121–133, 2022, doi: 10.36342/teika.v12i02.2957.
- [2] M. I. Rosyid, M. Ariyanty, and K. Kusumahadi, "Pengaruh E-*Servqual* dan Kepuasan Pengguna Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BCA Di Bandung," *E-Proceeding Manag.*, vol. 6, no. 3, pp. 5557–

- 5566, 2019.
- [3] A. Rahman, T. P. Robustin, and R. W. D.P, “Peran Dimensi Service Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Pt. Bank Cimb Niaga Cabang Lumajang,” *Prog. converence*, vol. 2, no. July, pp. 493–501, 2019.
 - [4] E. Indrayuni, “Analisis Kepuasan Pelayanan Mutasi Pegawai Menggunakan Metode Fuzzy Service Quality (Servqual),” *Pilar.Nusa Mandiri*, vol. 13, no. 2, pp. 157–166, 2017.
 - [5] B. C. Adyanto and S. B. Santosa, “Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image , Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com),” *Diponegoro J. Manag.*, vol. 7, no. 1, pp. 1–20, 2018, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>
 - [6] F. W. Handono, H. Nurdin, and S. Sumarna, “Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Pada CV Jia Pradana dengan Metode Servqual,” *J. Sist. dan Teknol. Inf.*, vol. 7, no. 3, p. 154, 2019, doi: 10.26418/justin.v7i3.33295.
 - [7] R. Kusumadiningrum, “Analisis Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Kantin Itn Malang Kampus 1 Menggunakan Metode Service Quality,” *J. Valtech (Jurnal Mhs. Tek. Ind.*, vol. 3, no. 2, pp. 177–182, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.itn.ac.id/index.php/valtech/article/view/2773>
 - [8] A. Deharja, F. Putri, and L. O. N. Ikawangi, “ISSN : 2354-5852 Analisis Kepuasan Pasien Bpjs Rawat Jalan Dengan Metode ISSN : 2354-5852,” vol. 5, no. 2, pp. 106–115, 2017.
 - [9] 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.
 - [10] M. G. S. Setiawati, “Analisis Sistem Informasi Aplikasi Online Kartu Kredit Menggunakan Metode SERVQUAL,” *J. Telekomun. dan Komput.*, vol. 6, no. 2, p. 103, 2017, doi: 10.22441/incomtech.v6i2.1151.
 - [11] Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2014.