

Perceived dan Expectation Value dengan Metode SERVQUAL Studi: siakad.unpkediri.ac.id

by Hery Purnomo

Submission date: 30-May-2023 12:18PM (UTC+0800)

Submission ID: 2104991894

File name: Artikel.pdf (2.46M)

Word count: 2734

Character count: 18047

14

Perceived Dan Expectation Value Dengan Metode SERVQUAL Studi: siakad.unpkediri.ac.id

Sigit Ratnanto¹⁾ Hery Purnomo²⁾
1,2 Universitas Nusantara PGRI Kediri

Email : sigitratnanto@unpkediri.ac.id²² herypumomo@unpkediri.ac.id

Abstrak

Sistem informasi akademik adalah sebuah sistem khusus untuk keperluan pengelolaan data-data Akademik dengan penerapan teknologi berbasis komputer. Tujuan dari penggunaan dimensi *servqual* dalam pengukuran kesenjangan (*gap*) adalah untuk melakukan program perbaikan dalam peningkatan layanan yang digunakan sebagai alternatif usulan perbaikan kualitas pelayanan yang berorientasi terhadap kepuasan mahasiswa. Dimensi yang digunakan dalam *servqual* yaitu, *responsiveness*, *reliability*, *empathy*, *assurance* dan *tangible*. Dengan metode dan analisis ini kita dapat diketahui kesenjangan yang terjadi antara persepsi penyedia layanan dalam hal ini adalah Biro Sistem Informasi (BSI) dengan harapan/keinginan mahasiswa khususnya Mahasiswa Program Studi Manajemen pada Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penelitian ini menggunakan sampel jenuh dengan kombinasi *purposive sampling*. Hasil perhitungan tingkat kepuasan mahasiswa dengan dimensi *ServQual* dan analisis kesenjangan dihasilkan suatu Gap yang bernilai negatif yang berarti bahwa kenyataan yang diterima oleh konsumen (mahasiswa) masih belum sesuai dengan harapan, perusahaan (kampus) masih memiliki ruang untuk meningkatkan performa. Pelayanan yang paling besar gap-nya adalah pada dimensi *emphaty*. Hal ini menunjukkan dimensi *emphaty* merupakan dimensi yang paling memberikan efek langsung terhadap kepuasan mahasiswa dalam hal perbaikan tampilan, petunjuk dan fitur yang lengkap, disusul dengan dimensi *responsiveness* yang menuntut fitur *onlinechat* selama 24 jam.

Kata Kunci : *Expectation Value*, *Perceived Value*, *Servqual*, Analisis GAP

PENDAHULUAN

6

Semakin meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pendidikan tinggi, menjadikan perguruan tinggi sebagai salah satu lembaga yang diharapkan dapat menghasilkan sumber daya manusia yang bermutu. Bermunculannya perguruan tinggi baik negeri maupun swasta menimbulkan kondisi persaingan yang kompetitif antar perguruan tinggi yang menuntut lembaga pendidikan memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan agar eksis serta unggul dalam persaingan. Oleh karena itu, perguruan tinggi membutuhkan sarana dan prasarana informasi yang handal dan mutakhir.

Permasalahan yang diidentifikasi adalah (a) Bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa dengan sistem informasi akademik Universitas Nusantara PGRI Kediri ? (b) Dimensi kualitas pelayanan apa yang paling mempengaruhi kepuasan Mahasiswa Universitas PGRI Kediri?

Tujuan penelitian ini adalah mengukur dan mengetahui tingkat kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri mengenai pelayanan *website* sistem informasi akademik dan dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Tingkat kepuasan dilihat dari nilai harapan dan kepuasan Mahasiswa yang berasal dari hasil kuesioner yang diberikan kepada Mahasiswa program studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan sistem informasi akademik dalam setiap dimensi *servqual*.

TELAAH LITERATUR

Model ServQual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990) merupakan salah satu pendekatan untuk mengukur kualitas pelayanan yang populer. SERVQUAL dibangun dengan perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata yang diterima (*Perceived Service*) dengan layanan sesungguhnya yang diharapkan (*Expected Service*). Jika pelayanan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika pelayanan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan kurang bermutu. Apabila pelayanan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan.

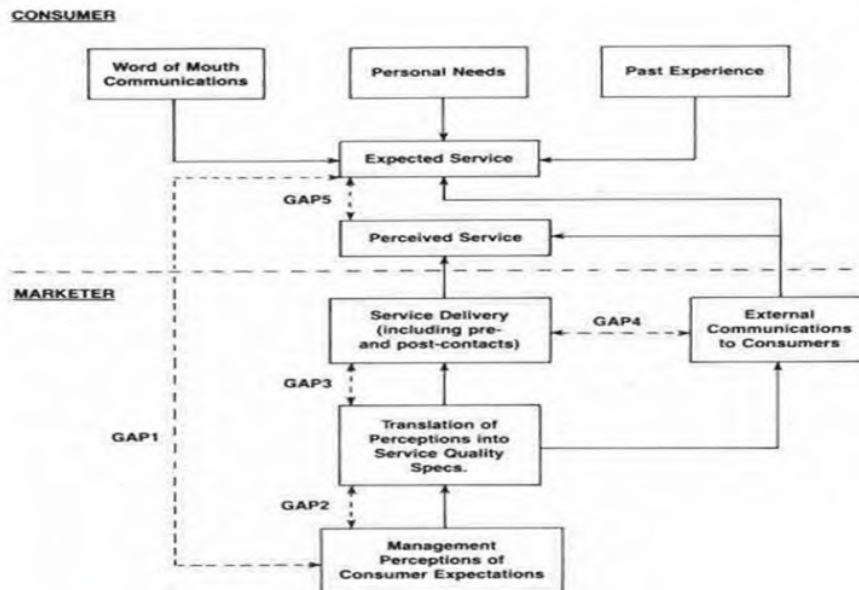
Konsep dasar kepuasan konsumen adalah tingkat harapan dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Konsep dasar *ServQual* (Parasuraman, dkk, 1988) adalah:

- *Perceived quality versus objective quality*. Konsumen dan peneliti memiliki pemahaman berbeda tentang kualitas. Peneliti mendefinisikan kualitas secara konseptual. Konseptual artinya adalah membedakan antara kualitas mekanis dan kualitas sumber daya manusia. Kualitas mekanis meliputi aspek objektif suatu proses, sedangkan kualitas sumber daya manusia meliputi bagaimana respon subjektif terhadap suatu proses.
- *Quality as attitude*. Kualitas dilihat sebagai bentuk evaluasi keseluruhan suatu produk.
- *Quality versus satisfaction*. Kepuasan adalah suatu titik simpulan psikologis mengenai perasaan konsumen terhadap pengalaman yang diterimanya dan harapan mereka.
- *Expectation compared to perceptions*. Kualitas pelayanan berakar dari perbandingan antara pelayanan yang seharusnya diberikan kepada konsumen dan persepsi konsumen terhadap performa pelayanan.

Lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut:

1. *Tangibles* (bukti fisik) merupakan kemampuan perusahaan menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lainnya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawainya. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.
2. *Reliability* (kehandalan) merupakan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu dan terpercaya.
3. *Responsiveness* (ketanggapan) merupakan kemauan membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang baik (jelas).
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) merupakan pengetahuan dan keramah tamahan personil dan kemampuan personil untuk dapat dipercaya dan diyakini, dapat terlihat *Communication, Credibility, Security, Competence, dan Courtesy*.
5. *Empathy*, merupakan usaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual, dengan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Perusahaan diharapkan memiliki suatu pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, dan memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. (Parasuraman, dkk: 1990)

Analisis GAP. Suatu selisih (*gap*) ada karena hubungan antara persepsi eksekutif perusahaan mengenai kualitas pelayanan dan tugas yang berkaitan dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen (A Parasuraman, Valerie A Zeithaml, and Leonard L Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and its Implication," *Journal of Marketing*, vol. 49, 1985).



Gambar 1. Model GAP

Tabel 1. Analisis GAP

Gap	Keterangan
Gap 1	Jarak harapan konsumen dan persepsi pihak manajemen. Pemahaman persepsi dari pihak manajemen kadang tidak sejalan dengan persepsi konsumen. Hal ini terjadi karena hasil riset yang didapat kurang maksimal dalam penggunaan aplikasi untuk perbaikan ataupun peningkatan layanan yang sudah ada. Gap 1 akan menimbulkan dampak mengenai evaluasi kualitas pelayanan kepada konsumen
Gap 2	Jarak persepsi pihak manajemen dengan spesifikasi kualitas layanan. Jarak ini muncul karena akibat adanya komitmen akan kualitas jasa dan tugas yang kurang dimengerti oleh karyawannya atau tidak ada takaran yang jelas pada peraturan yang berlaku. Gap 2 akan menimbulkan dampak tentang pandangan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.
Gap 3	Jarak spesifikasi kualitas dengan pelaksanaan layanan. Jarak ini terjadi diakibatkan karena adanya sumber daya yang kurang terlatih ditambah dengan beban kerja yang semakin bertambah, sehingga tidak memungkinkan pelaksanaan yang sesuai spesifikasi layanan yang telah ditetapkan. Gap 3 akan menimbulkan dampak tentang pendapat konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.
Gap 4	Jarak pelaksanaan layanan dengan komunikasi eksternal dengan konsumen. Jarak ini terjadi karena adanya komunikasi yang kurang baik dalam komunikasi eksternal dengan divisi operasional, sehingga muncul target yang berlebihan, sehingga kurang dapat dipenuhi pelaksanaannya. Gap 4 akan menimbulkan dampak tentang pendapat konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.
Gap 5	Jarak harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima (dirasakan) konsumen. Jarak ini terjadi karena adanya perbedaan harapan konsumen terhadap kepuasan konsumen yang dialaminya.

Sumber : A Parasuraman, Valarie A Zeithaml, and Leonard L Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and its Implication," *Journal of Marketing*, vol. 49, 1985.

METODOLOGI

Variabel Penelitian. Variabel penelitian ini adalah layanan yang diberikan oleh *website* sistem informasi akademik (siakad) Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Definisi Operasional Variabel. Definisi operasional variabel diperlukan untuk memberikan spesifikasi kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan, dalam mengukur variabel pelayanan. Variabel ini diukur dengan indikator sebagai berikut:

Tabel 2. Pernyataan Pelayanan

Dimensi	Simbol	Pernyataan Pelayanan
Responsiveness	X1.1	Masukan dari Mahasiswa dilihat untuk mengukur kepuasan Mahasiswa
	X1.2	Permintaan direspon dalam waktu 2 x 24 jam
	X1.3	Pertanyaan dan komplain diselesaikan dalam waktu 2 x 24 jam
Assurance	X2.1	Tersedia <i>customerservice</i> yang siap melayani Mahasiswa
	X2.2	Keamanan informasi pada <i>website</i> terjamin
	X2.3	Tersedia penggunaan teknologi baru yang menjamin keamanan menggunakan <i>website</i>
Empathy	X3.1	Tampilan <i>website</i> menarik dan berisi informasi yang lengkap
	X3.2	<i>Website</i> ini menyediakan informasi yang jelas dan akurat
	X3.3	Mudah untuk mencetak langsung dari <i>website</i>
	X3.4	Ada petunjuk pengoperasian yang dapat dimengerti
	X3.5	<i>Website</i> memiliki fitur yang memudahkan komunikasi
Tangible	X4.1	<i>Website</i> terorganisasi dengan baik
	X4.2	Navigasi <i>website</i> terstandar secara konsisten
	X4.3	Hasil cetak dokumen berkualitas baik
Reliability 2	X5.1	<i>Website</i> mudah dibuka
	X5.2	<i>Website</i> dapat dibuka dengan cepat
	X5.3	Terdapat detail lengkap tentang informasi yang disediakan
	X5.4	Terdapat detail penelusuran status informasi hingga verifikasi

Pendekatan Penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik.

Teknik Penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Data diolah menggunakan analisis *Servqual*. *Servqual* membagi kepuasan konsumen menjadi lima dimensi, yaitu *responsiveness*, *tangibles*, *emphaty*, *assurance*, dan *reliability*. Pada penelitian ini digunakan analisis Gap 5, yaitu selisih antara harapan konsumen dan kenyataan yang diterima.

Tempat dan Waktu Penelitian. Tempat dilaksanakannya penelitian ini adalah bersifat lingkup Mahasiswa program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri. Waktu adalah seluruh rangkaian saat ketika proses, perbuatan atau keadaan berada atau berlangsung. Waktu yang diperlukan dalam penelitian ini mulai dari bulan September 2017 sampai dengan bulan November 2018.

Populasi dan Sampel. Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen, Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dalam teknik pengambilan sampel digunakan teknik sampling sensus (sampel jenuh) dengan kombinasi *purposive sampling*, didapatkan 470 responden, dengan memiliki ketentuan, responden adalah Mahasiswa berstatus aktif pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri, yang telah mampu menggunakan sistem informasi akademik secara mandiri. Kuesioner yang didapatkan, diolah dengan kriteria tertentu.

Tabel 3. Pengambilan Sampel

Populasi : Mahasiswa Aktif tahun akademik 2016-2017	708
(-) Responden tidak mengisi angket secara lengkap	96
(-) Responden diduga tidak paham/ tidak mandiri dalam menggunakan sistem Informasi Akademik	142
(=) Sampel	470

Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner (terstruktur), yaitu pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan kepada responden yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

Instrumen Penelitian. Dalam penelitian ini instrumen penelitian menggunakan angket atau kuesioner dalam bentuk skala likert. Responden memberi tanda checklist (√) pada kolom pilihan jawaban yang telah disediakan dalam kuesioner. Skor penilaian pada setiap butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner atau angket yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4 : Keterangan Skala

Skala	<i>ExpectationValue</i>	<i>PerceivedValue</i>
1	Sangat tidak dibutuhkan	Sangat tidak memuaskan
2	Tidak terlalu dibutuhkan	Tidak memuaskan
3	Biasa saja	Biasa saja
4	Dibutuhkan	Memuaskan
5	Sangat dibutuhkan	Sangat memuaskan

Mengingat bahwa skala adalah data ordinal, sedangkan pada perbandingan *ExpectationValue* dan *PerceivedValue* adalah nilai rata-rata masing-masing dimensi, maka perlu diadakan transformasi dari data ordinal ke data interval. Dengan bantuan Microsoft Excel 2016, diperoleh nilai data interval untuk masing-masing skor tampak pada tabel 5 berikut ini :

Tabel 5. Transformasi Data Ordinal ke Interval

Skor A	Frekuensi B	Proporsi C=B/Total B	Proporsi Kumulatif D=B0+B1	Nilai Z E=NORMSINV(D)	Densitas F(Z) F=NORMDIST(E;0;1)	Scale G=(F0-F1)/(D1-D0)	Interval H=G0+ABS(MIN(G1;G5))
1	2.942	0.17	0.17	-0.94	0.26	-1.48	1.00
2	3.471	0.21	0.38	-0.31	0.38	-0.60	1.87
3	4.015	0.24	0.62	0.30	0.38	-0.01	2.47
4	4.487	0.27	0.88	1.18	0.20	0.69	3.17
5	2.005	0.12	1.00			1.67	4.15
	16.920						

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Validitas bertujuan mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk, yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, di mana n adalah jumlah sampel penelitian. Jika r hitung > r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil pengujian validitas atas kuesioner penelitian ini, memberikan gambaran bahwa data yang diolah dapat dinyatakan sah atau valid pada kuesioner yang telah di buat pada setiap variabel. Pada penelitian ini data didapat dari 18 atribut pertanyaan yang terdiri dari 5 dimensi kualitas pelayanan *Servqual* berdasarkan *survey* kepuasan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Kediri.

Uji Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau *konstruk*. Instrumen dikatakan *reliable* jika instrumen tersebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen itu sudah baik. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali:2006). Hasil Uji reliabilitas pada penelitian ini dapat diartikan bahwa jawaban seseorang terhadap pernyataan atau instrumen konsisten atau stabil dari waktu ke waktu pada setiap variabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi antara setiap pertanyaan dalam kuesioner. Untuk menentukan reliabilitas data yang dikumpulkan, digunakan *cronbachalpha* melalui program IBM SPSS 23. Atribut pertanyaan disebut *reliable* apabila nilai *cronbachalphadiatas* 0,6 (Malhotra, 2007).

Uji reliabilitas dan validitas data harapan kenyataan yang diterima Mahasiswa ditampilkan pada Tabel 6. Uji reliabilitas ini merupakan hasil perhitungan menggunakan IBM SPSS 23. Dari tabel uji reliabilitas yang dihasilkan oleh SPSS, dapat dilihat bahwa *cronbachalpha* dimensi *responsiveness* didapat nilai *expectation* 0,799 dan *perceived* 0,745, yang berarti data harapan konsumen pada dimensi *responsiveness* dapat diandalkan karena *cronbach alpha* melebihi 0,6.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Expectation dan PerceivedValue

Dimensi	Cronbach'sAlpha		Jumlah Pernyataan
	ExpectationValue	PerceivedValue	
<i>Responsiveness</i>	0,821	0,786	3
<i>Assurance</i>	0,795	0,740	4
<i>Emphaty</i>	0,898	0,660	5
<i>Tangibles</i>	0,795	0,773	3
<i>Reliability</i>	0,776	0,780	4

Teknik Analisis Data. Data yang ada diolah menggunakan analisis *Servqual*. *Servqual* membagi kepuasan mahasiswa menjadi lima dimensi yang berbeda, yaitu *responsiveness*, *tangibles*, *emphaty*, *assurance*, dan *reliability*. Pada penelitian ini digunakan analisis Gap 5, yaitu selisih antara harapan konsumen dan kenyataan yang diterimanya.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini digunakan analisa GAP 5, yaitu kesenjangan nilai kenyataan yang diterima mahasiswa – nilai harapan mahasiswa pada pelayanan web siakap kampus. Rata-rata nilai harapan dan kepuasan mahasiswa dapat dihitung dengan membagi cara total nilai dengan jumlah responden pada tiap dimensi. Tabel 7 menampilkan nilai harapan dan kenyataan yang diterima mahasiswa dalam tiap dimensi. Nilai yang ditampilkan adalah hasil dari rata-rata nilai atribut pelayanan dalam tiap dimensi. Tampak *perceived value* pada tiap dimensi di bawah *expectation value*. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa kenyataan yang diberikan tidak sama dengan harapan mereka.

Tabel 7. Rata-RataExpectationValuedanPerceivedValue

Dimensi	ExpectationValue(EV)	PerceivedValue(PV)	PV - EV
<i>Responsiveness</i>	3,03	2,11	-0,92
<i>Assurance</i>	2,48	2,14	-0,34
<i>Emphaty</i>	3,17	2,13	-1,04
<i>Tangibles</i>	2,76	2,16	-0,60
<i>Reliability</i>	1,99	1,99	-0,68

Pada dimensi *emphaty* paling dibutuhkan dalam pelayanan siakad.unpkediri.ac.id, dalam hal tampilan, petunjuk dan fitur yang lebih menarik, berisi informasi yang lengkap (jelas dan akurat), agar dapat mengimbangi harapan mahasiswa. Hal yang kedua adalah *Responsiveness*, dalam hal kecepatan respon pelayanan atas pertanyaan dan komplain mahasiswa.

SIMPULAN

Gap yang bernilai negatif berarti bahwa pelayanan yang diterima oleh konsumen masih belum memenuhi keinginan/harapan konsumen, maka pengelola layanan (perusahaan) harus berusaha dan bekerja keras untuk meningkatkan kinerjanya.

Pelayanan yang paling besar gap-nya adalah pada dimensi *emphaty*. Hal ini menunjukkan dimensi *emphaty* merupakan dimensi yang paling memberikan efek langsung terhadap kepuasan mahasiswa dalam hal perbaikan tampilan, petunjuk dan fitur yang lengkap, disusul dengan dimensi *Responsiveness* yang menuntut fitur *online chat* selama 24 jam.

DAFTAR PUSTAKA

- Edosomwan,S, S K Prakasan, D Kouame, J Watson, and T Seymour, "The HistoryofSocial Media andits Impacton Business," The Journal of Applied Management and Entrepreneurship, 2011.
- Hall. JR, Business Owner Speak Outon Impact of Social media, 2011, Air Conditioning, Heating & Refrigeration News BNP Media.
- Parasuraman. P, Valarie A Zeithaml, and Leonard L Berry, "SERVQUAL: a Multiple-item ScaleforMeasuringCustomerPerceptionsof Service Quality," JournalofRetailing, vol. 64, no. 1, 1988.
- Parasuraman A, Valarie A Zeithaml, and Leonard L Berry, "A Conceptual Model of Service Qualityandits Implication ," JournalofMarketing, vol. 49, 1985.
- Maylor. Hand K Blackmoon, Researching Business andManagement.: PalgraveMacmillan, 2005.
- Sekaran. U, Researc hmethod for business: A skill building approach: John Wiley& Sons, 2003.
- Malhotra, N, Marketing Research: anapplied orientation. New Jersey, USA: Perason Educationinc, 2007.
- http://is.its.ac.id/pubs/oajis/index.php/file/download_file/1372
- <https://muji-gunarto.wordpress.com/2009/01/02/pengertian-servqual-by-muji-gunarto>
- <https://chan9.files.wordpress.com/2008/02/pemasaran-jasa-bab-11.pdf>
- <https://www.scribd.com/document/359867798/OAJIS-21-1372-pdf>
- http://www.academia.edu/5380709/ANALISIS_PENGARUH_KUALITAS_PELAYANAN_SERVISE_QUALITY_SISTEM_INFORMASI_AKADEMIK_TERHADAP_KEPUASAN_MAHASISWA_Studi_Kasus_STMIK_AMIKOM_Yogyakarta_Dan_AMIKOM_Cipta_Darma_Surakarta
- <https://ayokuliah.id/universitas/universitas-nusantara-pgri-kediri>
- <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/manajemen/article/download/719/418>
- <https://www.scribd.com/doc/308560476/Evaluasi-Kualitas-Website-Online-Shopping-Di-Indonesia-Menggunakan-Metode-Servqual>
- <https://www.scribd.com/document/101502545/ANALISIS-PENGARUH-KUALITAS-PELAYANAN-HARGA-DAN-FASILITAS-TERHADAP-KEPUASAN-PASIEN-STUDI-PADA-PASIEN-KLINIK-AS-SYIFA-DI-KAB-BEKASI>
- <https://hmjmanajemenunpkediri.wordpress.com>
- <https://muji-gunarto.wordpress.com/tag/dimensi-pelayanan>
- <https://emayasila.wordpress.com/2012/10/17/teori-pelayanan>

Perceived dan Expectation Value dengan Metode SERVQUAL Studi: siakad.unpkediri.ac.id

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Maritim Raja Ali Haji Student Paper	1%
2	juniarwibisana.blogspot.com Internet Source	1%
3	eprints.unram.ac.id Internet Source	1%
4	Submitted to IAIN Bengkulu Student Paper	1%
5	jurnal.unej.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Brookdale Community College Student Paper	1%
7	Submitted to Harvard High School Student Paper	1%
8	es.slideshare.net Internet Source	1%
9	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	1%

10	Submitted to Lambung Mangkurat University Student Paper	1 %
11	ejournal.um-sorong.ac.id Internet Source	1 %
12	repository.podomorouniversity.ac.id Internet Source	1 %
13	ejurnalunsam.id Internet Source	1 %
14	sinta3.ristekdikti.go.id Internet Source	1 %
15	Guido Grunwald, Bernd Hempelmann. "Angewandte Marketinganalyse", Walter de Gruyter GmbH, 2016 Publication	<1 %
16	Mitha Novthafia, La Ode Turi, Jafar Ahiri. "ANALISIS KINERJA KEUANGAN PEMERINTAH KOTA KENDARI", Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi, 2019 Publication	<1 %
17	e-jurnal.nobel.ac.id Internet Source	<1 %
18	kabar-terhangat.blogspot.com Internet Source	<1 %
19	Muhammad Farid, Wabdillah Wabdillah, Jumadin Jumadin. "ANALISIS SERVICE QUALITY	<1 %

INDUSTRI JASA OTOMOTIF PADA MASA PANDEMI COVID – 19", ARIKA, 2022

Publication

20

repository.iainkudus.ac.id

Internet Source

<1 %

21

repository.trisakti.ac.id

Internet Source

<1 %

22

Anik Lestaringrum, Intan Prastihastari Wijaya. "Penerapan Bermain Loose Parts untuk Kemampuan Memecahkan Masalah Sederhana Anak Usia 4-5 Tahun", PEDAGOGIKA, 2020

Publication

<1 %

23

Bahtiar Effendi. "Pengaruh Penerapan Akuntansi Manajemen Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia", Owner, 2021

Publication

<1 %

24

Chusnul Chotimah, Alloysius Vendhi Prasmoro, Denny Siregar. "ANALISIS PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (STUDI KASUS CAFE XYZ RAWALUMBU)", Journal of Industrial and Engineering System, 2020

Publication

<1 %

25 Willi Fatimaleha, Anna Sofia Atichasari, Eso Hernawan, Ni'matullah Ni'matullah. "Peran Tax Planning dan Konsultan Pajak", STATERA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 2020

Publication

<1 %

26 Faisal Mandala Siregar, Yarmani Yarmani, Bogy Restu Ilahi. "ANALISIS SMA NEGERI BERPRESTASI DIBIDANG EKSTRAKURIKULER FUTSAL KOTA BENGKULU", KINESTETIK, 2017

Publication

<1 %

27 Muhammad Ramdani, Adhitia Erfina. "Pengaruh kualitas siak terhadap kepuasan mahasiswa di stikes sukabumi menggunakan regresi linier", Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology), 2023

Publication

<1 %

28 ejurnal.stikes-bth.ac.id

Internet Source

<1 %

29 etikabisnismodern.blogspot.com

Internet Source

<1 %

30 repo.darmajaya.ac.id

Internet Source

<1 %

31 repository.maranatha.edu

Internet Source

<1 %

32 www.ejurnal.stmik-budidarma.ac.id

Internet Source

<1 %

33

Ena Etikawati, Raswan Udjang. "Strategi Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Karyawan", Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis, 2016

Publication

<1 %

34

Hendro Widodo. "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GURU SEKOLAH DASAR", JURNAL JPSD (Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar), 2015

Publication

<1 %

35

balittanah.litbang.pertanian.go.id

Internet Source

<1 %

36

ejournal.iaida.ac.id

Internet Source

<1 %

37

jurnal.stieykp.ac.id

Internet Source

<1 %

38

jurnal.umsu.ac.id

Internet Source

<1 %

39

nasionalpos.com

Internet Source

<1 %

40

pendidikansrg.blogspot.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Perceived dan Expectation Value dengan Metode SERVQUAL

Studi: siakad.unpkediri.ac.id

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7
