

ANALISIS KINERJA PELAYANAN SEBLAK WAROK DENGAN PENDEKATAN METODE SERVICE QUALITY UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN

Citra Agustina^{1*}, Nyani Endah Pranciska², Sherly Permadani³, Arthur Daniel Limantara⁴
1),2),3),4) Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Majoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
agustinacitra65@gmail.com*

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 24/6/2025

Tanggal Revisi : 2/7/2025

Tanggal Diterima : 7/7/2025

Abstract

This study aims to analyze service performance at Seblak Warok using the Service Quality method approach (SERVQUAL) to identify gaps between customer expectations and perceptions. The dimensions used in this method include tangibles (physical evidence), reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Data was collected by distributing questionnaires to Seblak Warok customers using purposive sampling. The analysis results show that several service dimensions have negative gaps, especially in the responsiveness and tangibles dimensions, which indicate that the service provided has not fully met customer expectations. These findings provide strategic input for Seblak Warok management in improving service quality, such as employee training, improving physical facilities, and improving customer response systems. With continuous improvement based on the results of the SERVQUAL analysis, it is hoped that the level of customer satisfaction and loyalty can increase significantly.

Keywords: Service Quality, SERVQUAL, Service Performance, Customer Satisfaction, Seblak Warok

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja pelayanan pada Seblak Warok dengan menggunakan pendekatan metode Service Quality (SERVQUAL) untuk mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan. Dimensi yang digunakan dalam metode ini meliputi tangibles (bukti fisik), reliabilitas, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Seblak Warok dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat beberapa dimensi pelayanan yang memiliki kesenjangan negatif terutama pada dimensi daya tanggap dan tangibles yang mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Temuan tersebut memberikan masukan strategis bagi manajemen Seblak Warok dalam meningkatkan kualitas pelayanan seperti pelatihan karyawan, peningkatan fasilitas fisik, dan perbaikan sistem respon pelanggan. Dengan adanya perbaikan berkelanjutan berdasarkan hasil analisis SERVQUAL diharapkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat meningkat secara signifikan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, SERVQUAL, Kinerja Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Seblak Warok

PENDAHULUAN

Layanan merupakan tindakan atau kinerja yang menciptakan manfaat bagi pelanggan dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri penerima layanan [1]. Pelayanan yang baik dan memuaskan akan mempertinggi citra serta kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sehingga dapat terjadinya pengulangan pembelian [2]. Dengan semakin ketatnya persaingan bisnis di Indonesia mengakibatkan persaingan dalam mendapatkan konsumen semakin ketat, karena pelanggan semakin hati-hati dalam mencari dan melakukan pembelian sebuah barang atau jasa yang mereka butuhkan [3]. Kualitas pelayanan menjadi salah satu ukuran atas keberhasilan dalam memberikan jaminan kepuasan bagi konsumen. Konsumen dapat memberikan penilaian terhadap suatu pelayanan secara obyektif dalam usaha menciptakan kepuasan [4]. Konsumen saat ini tidak hanya menilai produk dari segi rasa dan harga, tetapi juga dari bagaimana pelayanan diberikan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan pemasaran karena konsumen akan termotivasi untuk menyebar cerita baik tentang pelayanan atau bisnis kepada orang lain. Adapun faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan pembelian antara lain adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk [5]. Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan adalah dengan melakukan pengukuran dan analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan itu sendiri bagi kepuasan pelanggan [6].

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kualitas pelayanan di Seblak Warok berdasarkan lima dimensi Servqual tersebut, serta mengidentifikasi aspek-aspek yang masih perlu ditingkatkan. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna bagi pihak manajemen dalam mengembangkan strategi peningkatan kualitas pelayanan, guna menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih baik dan membangun loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Seblak merupakan makanan khas Jawa Barat dengan bahan dasar krupuk, kencur dan sayuran [7]. Seblak terkenal karena memiliki cita rasa pedas dan gurihnya khas yang menjadi pilihan bagi pelanggan yang menyukai makanan dengan sensasi pedas[8]. Seblak tidak hanya populer di kalangan masyarakat lokal, tetapi juga populer di kalangan wisatawan dari berbagai daerah [9]. Namun, di tengah persaingan yang ketat, kualitas produk saja tidak cukup. Pelayanan yang cepat, ramah, dan konsisten menjadi elemen krusial dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan menjadi hal yang krusial agar usaha ini mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya di bidang yang sama [10].

Terkadang untuk mendapatkan informasi yang baik dan akurat membutuhkan waktu yang lama dan tingkat ketelitian yang tinggi. Serta pencarian data dari pengukuran yang dilakukan pada periode sebelumnya susah untuk ditemukan [11]. Pengukuran mutu untuk produk fisik tidak sama dengan industri jasa [12]. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan oleh Seblak Warok, diperlukan suatu metode pengukuran yang sistematis. Salah satu metode yang umum digunakan dalam menilai kualitas pelayanan adalah Servqual. SERVQUAL merupakan pengukuran kepuasan pelanggan yang terletak pada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*empathy*), dan daya tanggap (*responsiveness*) [13]. Pengukuran mutu untuk produk fisik tidak sama dengan industri jasa. Metode servqual baik digunakan untuk menilai kualitas layanan dengan menggunakan kuesioner yang artinya pertanyaan sama dan jawaban yang berbeda menurut penilaian responden[14]. Lanjutan dari servqual yang berguna sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi terbatas pada bidang spesifik yaitu Indeks Performance Analysis, dimana perbaikan kinerjanya berdampak positif besar pada kepuasan pelanggan, sehingga memberikan suatu masukan yang berharga bagi pembuatan kebijakan dalam merancang strategi yang tepat [15].

Metode ini membandingkan antara harapan pelanggan terhadap layanan yang ideal dengan persepsi mereka terhadap layanan yang benar-benar mereka terima. Dimensi pertama adalah *Tangibles*, yang mencakup aspek-aspek fisik seperti kebersihan lingkungan usaha, kondisi peralatan yang digunakan, serta penampilan karyawan. Dimensi ini mencerminkan kesan awal yang diterima pelanggan saat berinteraksi dengan penyedia layanan. Kedua, *Reliability*, yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan. Dimensi ini berkaitan dengan konsistensi dan kepercayaan pelanggan terhadap kinerja layanan. Selanjutnya, *Responsiveness* menggambarkan kesigapan dan kecepatan karyawan dalam merespons permintaan, keluhan, atau pertanyaan dari pelanggan. Dimensi keempat, *Assurance*, berfokus pada tingkat pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan mereka dalam menciptakan rasa aman dan kepercayaan bagi pelanggan. Terakhir, dimensi *Empathy* menekankan pentingnya perhatian dan kepedulian individual terhadap setiap pelanggan, di mana pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan secara personal dan ramah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis kualitas pelayanan Seblak Warok berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan. Desain penelitian ini didasarkan pada model SERVQUAL (Service Quality) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Model ini mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan terhadap layanan ideal dan persepsi mereka terhadap layanan yang benar-benar diterima. Dalam kerangka konseptual SERVQUAL, kualitas pelayanan dinilai berdasarkan lima dimensi utama, yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Penelitian ini dilakukan pada outlet Seblak Warok yang berlokasi di Kota Kediri, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena Seblak Warok merupakan salah satu usaha kuliner lokal yang sedang berkembang pesat dan memiliki basis pelanggan tetap yang cukup banyak. Penelitian difokuskan pada konsumen yang telah melakukan pembelian dan mengalami langsung pelayanan yang diberikan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Seblak Warok yang telah menikmati produk dan layanan yang disediakan. Sedangkan sampel diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu, seperti pelanggan yang pernah melakukan pembelian lebih

dari satu kali dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Jumlah responden disesuaikan dengan kebutuhan analisis dan keterjangkauan populasi, sehingga dapat mewakili persepsi mayoritas pelanggan. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup berbentuk skala Likert lima poin, yang terdiri dari dua bagian utama: bagian pertama mengukur harapan pelanggan terhadap pelayanan ideal, dan bagian kedua mengukur persepsi pelanggan terhadap pelayanan aktual yang diterima di *Seblak Warok*. Masing-masing item kuesioner disusun berdasarkan indikator dari lima dimensi SERVQUAL. Untuk memastikan instrumen yang digunakan valid dan reliabel, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu menggunakan perangkat lunak SPSS. Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah item dalam kuesioner mampu mencerminkan konstruk teoritis yang dimaksud, sementara uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarluaskan kuesioner langsung kepada pelanggan yang datang ke outlet maupun melalui media online untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Proses pengumpulan data dilakukan selama periode tertentu untuk memastikan jumlah responden memadai dan mewakili berbagai latar belakang pelanggan.

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah analisis data menggunakan pendekatan SERVQUAL Gap Analysis. Teknik ini menghitung selisih (gap) antara skor harapan dan skor persepsi pada setiap item dan dimensi pelayanan. Jika selisihnya negatif, maka menunjukkan adanya kesenjangan pelayanan, yaitu pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan pelanggan. Dimensi dengan nilai gap terbesar menjadi prioritas utama untuk diperbaiki oleh manajemen. Selain itu, dilakukan pula perhitungan rata-rata skor tiap dimensi untuk mengidentifikasi area pelayanan yang dianggap paling memuaskan maupun paling lemah menurut pelanggan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Atribut dalam kuesioner SERVQUAL didapatkan dari penyebaran pra-kuesioner kepada para responden. Kuesioner SERVQUAL mencakup bagian mengenai harapan konsumen, persepsi konsumen, serta bobot masing masing dimensi SERVQUAL. Atribut-atribut yang terdapat pada kuesioner SERVQUAL dapat dilihat pada tabel 1. Hasil penelitian tentang perhitungan gap dan prioritas perbaikan dimensi servqual untuk tangibles adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Perhitungan Gap Dan Prioritas Perbaikan Dimensi Tangibles

No	Atribut	Rata-Rata Persepsi (P)	Expected (E)	Gap (P-E)	Prioritas Perbaikan ke
T2	kebersihan dan kerapihan tempat	4,1	5	-0,9	2
T3	kualitas dan tampilan peralatan	4,1	5	-0,9	3
T1	penampilan karyawan	3,6	5	-1,4	1
Rata - Rata		3,93	5	-1,07	

Sumber: peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa rata- rata persepsi konsumen untuk dimensi tangibles sebesar 3,93. Nilai tersebut masih dibawah harapan yang diinginkan konsumen yaitu sebesar 5. Oleh karena itu, perlu adanya perbaikan kualitas layanan untuk dimensi tangibles, dengan prioritas perbaikan terdapat pada atribut penampilan karyawan.

Perhitungan gap dan penentuan prioritas perbaikan kualitas layanan untuk dimensi reliability adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Perhitungan Gap Dan Prioritas Perbaikan Untuk Dimensi Reliability

No	Atribut	Rata-Rata Persepsi (P)	Expected (E)	Gap (P-E)	Prioritas Perbaikan ke
R1	Pelayanan sesuai janji	3,8	5	-1,2	1
R2	Ketepatan pesanan	3,9	5	-1,1	2
R3	Kemampuan menyelesaikan masalah	4,3	5	-0,7	3
	Rata - Rata	4,0	5	-1,0	

Tabel 2 menunjukkan bahwa rata- rata persepsi responden terhadap kualitas layanan PTS sebesar 4,0 sedangkan rata- rata nilai expected adalah 5. Gap yang terjadi sebesar -1,0, menunjukkan bahwa kualitas layanan untuk dimensi reliability belum sesuai yang diharapkan oleh konsumen, sehingga perlu dilakukan perbaikan. Prioritas perbaikan untuk dimensi reliability di lakukan pada atribut kemudahan memperoleh informasi. Hasil perhitungan gap untuk dimensi responsiveness adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Perhitungan Gap Dan Prioritas Perbaikan Untuk Dimensi Responsiveness

No	Atribut	Rata-Rata Persepsi (P)	Expected (E)	Gap (P-E)	Prioritas Perbaikan ke
R1	Kesiapan membantu	3,7	5	-1,3	1
R3	Kecepatan merespons	4,1	5	-0,9	2
R3	Kecepatan pelayanan	4,1	5	-0,9	3
	Rata - Rata	3,97	5	-1,03	

Perhitungan gap untuk dimensi responsiveness sebagaimana terdapat pada tabel 3 menginformasikan bahwa rata- rata persepsi konsumsi terhadap kualitas layanan adalah 3,97 kurang dari nilai expected yaitu 5, sehingga nilai gap yang terhitung sebesar -1,03. Hasil tersebut menunjukkan bahwa konsumen kurang puas dengan layanan yang diberikan dalam dimensi responsiveness. Oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan pada atribut kecepatan petugas dalam menghadapi keluhan konsumen. Hasil perhitungan gap untuk dimensi assurance adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Perhitungan Gap Untuk Dimensi Assurance

No	Atribut	Rata-Rata Persepsi (P)	Expected (E)	Gap (P-E)	Prioritas ke	Perbaikan
A3	Penjelasan produk/menu	3,9	5	-1,1	3	
A1	Keyakinan terhadap karyawan	3,9	5	-1,0	1	
A2	Rasa aman saat dilayani	4,0	5	-1,0	2	
	Rata - Rata	4,0	5	-1,0		

Perhitungan gap untuk dimensi assurance ditunjukkan pada tabel 4, yang menginformasikan bahwa rata- rata persepsi mahasiswa untuk kualitas layanan sebesar 4,0, sedangkan rata- rata nilai expected sebesar 5, dengan nilai gap -1,0 Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diterima konsumen kurang dari harapan yang diinginkan. Untuk itu, perlu dilakukan prioritas perbaikan kualitas layangan dengan prioritas perbaikan adalah keyakinan terhadap karyawan. Sedangkan perhitungan gap untuk dimensi empathy adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Perhitungan Gap Untuk Dimensi *Emphaty*

No	Atribut	Rata-Rata Persepsi (P)	Expected (E)	Gap (P-E)	Prioritas ke	Perbaikan
E2	Pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan	3,7	5	-1,3	1	
E1	Perhatian pribadi	4,0	5	-1,0	2	
E3	Jam operasional sesuai kebutuhan	4,2	5	-0,8	3	
	Rata - Rata	3,97	5	-1,03		

Untuk dimensi *emphaty*, rata- rata persepsi konsumen terhadap kualitas layanan adalah 3,97 dengan rata- rata expected sebesar 5, sehingga terdapat gap -1,03 Nilai tersebut menunjukkan bahwa kualitas yang diterima konsumen saat ini kurang dari yang diharapkan. Untuk meningkatkan kualitas layanan, maka prioritas perbaikan perlu dilakukan pada pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

Tabel 7. Rekapitulasi Gap

Atribut	Rata-Rata Persepsi (P)	Expected (E)	Gap (P-E)	Prioritas Perbaikan Ke
Tangibles	3,93	5	-1,07	1 (utama)
Responsiveness	3,97	5	-1,03	2
Empathy	3,97	5	-1,03	3
Reliability	4,0	5	-1,0	4
Assurance	4,0	5	-1,0	5
Rata - rata	3,97	5	-1,03	

Hasil rekapitulasi terhadap perhitungan gap untuk kelima dimensi kualitas berdasarkan metode servqual sebagaimana dalam tabel 7 menunjukkan bahwa rata- rata persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan PTS adalah 3,97. Nilai tersebut berada dibawah nilai expected (5) sehingga terjadi gap sebesar -1,03. Semua dimensi memiliki nilai gap negatif, menunjukkan bahwa pelayanan belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan maka perlu dilakukan perbaikan dengan prioritas utama pada dimensi tangibles. Penelitian ini sebagai bahan evaluasi dalam melakukan perbaikan dalam kualitas layanan. Pada dasarnya, perbaikan tersebut menjadi suatu kewajiban bagi pengusaha agar konsumen dapat terlayani dengan baik, sehingga tujuan akhir untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dapat terpenuhi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan pendekatan metode SERVQUAL, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di Seblak Warok masih belum memenuhi harapan pelanggan secara optimal. Seluruh lima dimensi pelayanan—tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy—menunjukkan nilai gap negatif, dengan rata-rata persepsi pelanggan sebesar 3,97 dibandingkan harapan ideal sebesar 5. Dimensi *tangibles* memiliki gap tertinggi yaitu -1,07, disusul *responsiveness* dan *empathy* yang masing-masing menunjukkan gap -1,03. Temuan ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa pelayanan yang diterima masih kurang, terutama dalam hal penampilan fisik karyawan, kecepatan merespons, serta pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan.

Sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut, Seblak Warok perlu melakukan perbaikan menyeluruh pada aspek pelayanan. Langkah pertama yang dapat dilakukan adalah memberikan pelatihan berkala kepada karyawan, baik dari segi keterampilan pelayanan, komunikasi, maupun penampilan profesional, guna meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan. Selain itu, perbaikan fasilitas fisik seperti kebersihan tempat, kerapian, serta tampilan alat dan perlengkapan juga penting dilakukan agar menciptakan suasana makan yang lebih nyaman dan menarik. Selanjutnya, Seblak Warok perlu mengoptimalkan sistem tanggapan terhadap pelanggan dengan menyediakan saluran umpan balik secara langsung maupun digital agar keluhan dan saran dapat ditangani secara cepat dan tepat. Upaya lain yang dapat dilakukan adalah

mempersonalasi layanan, seperti memberikan perhatian khusus kepada pelanggan tetap, untuk membangun hubungan emosional yang lebih kuat. Terakhir, evaluasi rutin terhadap kepuasan pelanggan harus dijadikan bagian dari manajemen mutu pelayanan agar perbaikan yang dilakukan selalu berbasis data dan kebutuhan pelanggan. Dengan penerapan solusi-solusi tersebut secara berkelanjutan, diharapkan kualitas layanan Seblak Warok dapat meningkat secara signifikan, sehingga mampu menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan yang lebih tinggi di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Novita R, Egusti WM. Penerapan Metode Servqual Terhadap Kualitas Layanan Sistem Informasi Pengarsipan 2019;12:2579–5406.
- [2] Susanto. Peranan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen KFC (Kentucky Fried Chicken)cabang Setiabudi Home Centra Medan. J Ilm Skylandsea 2018;2:219–24.
- [3] Nurlutfi A, Rohman F, Nurmutia S, Sarwoko W, Studi P, Industri T, et al. p - ISSN : 2620 - 5726 e - ISSN : 2685 - 7456 ANA LISIS KUALITAS PELAYANAN DELIVERY DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN MODEL KANO DI MCDONALD ST ' MARK KARAWACI Program Studi Teknik Industri , Universitas Pamulang , Indonesia p - ISSN : 2620 - 5726 e - ISSN : 2685 - 7456 2023;6:109–17.
- [4] Yansah RA, Hartono B, Hariyono MB. Analisis Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Sop Ayam Pak Min Klaten di Malang. J Ilmu-Ilmu Peternak 2013;23:30–4.
- [5] David, Setiawan. Pengaruh pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Mie Ayam Dana). STIE PGRI Dewantara Jombang 2020;1:23–44.
- [6] Lubis FS, Rahima AP, Umam MIH, Rizki M. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. J Sains, Teknol dan Ind 2020;17:25. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v16i2.9366>.
- [7] Malang MN. PONTIANAK NUTRITION JOURNAL <http://ejournal.poltekkes-pontianak.ac.id/index.php/PNJ/index> Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen di Warung Seblak Mamang Ndut Malang 2024;7:558–65.
- [8] Studi P, Feb M, Kediri UNP. ANALISIS PERAN BRANDING , SERVICE QUALITY DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA UD . SEBLAK GOYANG LIDAH 2024;3:978–88.
- [9] Yatra JS, Ramadhan SA, Shondra KA, Yusuf KI, Studi P, Industri M, et al. Seblak sebagai identitas nasional kota bandung 2024;5:127–33.
- [10] Bate'e AT, Septiani DL, Pradana G, Krisanti SR, Widodasih RWK. Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada UMKM Ditinjau Dari Aspek Pasar Dan Pemasaran (Studi Kasus Sop Ayam Pak Mim Klaten Di Cikarang Selatan). J Masharif al-Syariah J Ekon dan Perbank Syariah 2024;9:221–35.
- [11] Irawan B, Sitanggang ED, Achmady S. Sistem Pendukung Keputusan Tingkat Kepuasan Pasien terhadap Mutu Pelayanan Rumah Sakit berdasarkan Metode ServQual. CESS (Journal Comput Eng Syst Sci 2021;6:10. <https://doi.org/10.24114/cess.v6i1.21023>.
- [12] -Jurnal Optimasi Sistem Industri O, Prananda Y, Rachmawati Lucitasari dan Shodiq Abdul Khannan DM. PENERAPAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) UNTUK PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN. vol. 12. 2019.
- [13] Fristiohady A, Fitrawan LOM, Pemudi YD, Ihsan S, Ruslin R, Bafadal M, et al. Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan di Puskesmas Puuwatu Kota Kendari menggunakan Metode SERVQUAL. J Surya Med 2020;6:6–12. <https://doi.org/10.33084/jsm.v6i1.1442>.
- [14] Affiuddin Muhammad, Widyaningrum Dzakiyah. Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Sevqual Dan Csi Pada Ud.Arshindo. Sigma Tek 2022;Vol. 5, No. 2:275–84.
- [15] Handriati AA, Sunaryo S, Helia VN. Analisis Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Servperf-Ipa-Csi. Teknoin 2015;21. <https://doi.org/10.20885/teknoin.vol21.iss4.art4>.