

## Perbaikan Kualitas Toko Dunia Foto Dengan Metode *Servqual*, *Zot* (*Zone Of Tolerance*), Dan Siklus PDCA

Vina Puspasari

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Katolik Musi Charitas  
Jl. Bangau No. 60 Palembang  
E-mail: vinapuspasari52@gmail.com

### ABSTRAK

Toko Dunia Foto sebagai salah satu usaha fotografi di kota Palembang yang berusaha meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dikarenakan terjadinya penurunan konsumen dari bulan September 2018 hingga Juli 2019 yakni 50, 47, 52, 46, 51, 48, 47, 43, 37, 35, 32. Salah satu penyebabnya adalah lambatnya pelayanan karyawan data pelanggan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut metode yang tepat digunakan adalah metode *ServQual*, *ZOT*, dan siklus PDCA. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan *ServQual* diketahui bahwa setiap dimensi pelayanan yang ada memiliki *gap* negatif yang tinggi yakni -0,96 *tangibles*, -0,97 *responsiveness*, -0,88 *assurance*, -0,90 *empathy*, dan -0,98 *reliability*. Semakin besar negatif *gap* yang didapat maka tingkat pelayanan jauh dari harapan konsumen. Dalam metode *ZOT* diketahui bahwa seluruh atribut berada di luar zona toleransi. Untuk meminimasi *gap* dilakukan upaya penambahan larangan membuang sampah sembarangan, *speaker* untuk musik, pembuatan instruksi kerja, dan pembuatan sistem penilaian. Setelah dilakukan perbaikan *gap* dari setiap dimensi mengalami peningkatan yakni -0,64 untuk dimensi *tangibles*, -0,80 dimensi *reliability*, -0,78 dimensi *responsiveness*, -0,79 dimensi *assurance*, dan -0,80 dimensi *emphaty*.

**Kata Kunci:** *ServQual*, *ZOT*, PDCA, Fotografi, Kualitas Pelayanan

### ABSTRACT

*Toko Dunia Foto as a photography business in the city of Palembang that seeks to improve services to consumers due to a decline in consumers from September 2018 to July 2019 namely 50, 47, 52, 46, 51, 48, 47, 43, 37, 35, 32 One reason is the slow service of customer data employees. To overcome these problems the right method used is the ServQual, ZOT, and PDCA cycle. Based on the results of data processing using ServQual, it is known that each service dimension has a high negative gap of -0.96 tangibles, -0.97 responsiveness, -0.88 assurance, -0.90 empathy, and -0.98 reliability. The greater the negative gap obtained, the level of service far from consumer expectations. In the ZOT method it is known that all attributes are outside the tolerance zone. To minimize the gap, efforts were made to increase the prohibition of littering, speakers for music, making work instructions, and making a rating system. After repairing the gap, each dimension experienced an increase of -0.64 for the tangibles dimension, -0.80 reliability dimensions, -0.78 responsiveness dimensions, -0.79 assurance dimensions, and -0.80 emphaty dimensions.*

**Keywords:** *ServQual*, *ZOT*, PDCA, Photography, Service Quality

### Pendahuluan

Untuk menghadapi persaingan di dunia fotografi perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan para konsumennya. Hal tersebut dibuktikan dalam penelitian [1][2][3][4]–[8], dimana kualitas pelayanan memiliki pengaruh penting terhadap tingkat kepuasan konsumen. Pada saat ini tingkat persaingan usaha fotografi semakin tinggi dimana terdapat sekitar 27 tempat foto di Palembang. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya

pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut penelitian [8]–[10] ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat dipakai untuk mengukur kualitas layanan, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.

Salah satu usaha yang fotografi di Palembang adalah Toko Dunia Foto yang terletak di jalan Jenderal Sudirman No 42 B, Palembang, Sumatera Selatan. Toko foto tersebut menyediakan jasa foto untuk *wedding*, *prewedding*, pas foto, cuci

kilat, wisuda, bayi, dan keluarga. Namun belakangan ini menurut Ibu Elis pemilik toko foto jumlah konsumen di toko foto mengalami penurunan. Penurunan konsumen dapat terjadi karena berbagai faktor, diantaranya munculnya pesaing, menurunnya kualitas pelayanan, pekerja yang kurang ramah, waktu cetak foto yang relatif lama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen terdapat keluhan kualitas pelayanan pada toko foto ini, seperti lambatnya pelayanan karyawan, hasil edit yang kurang baik, dan lain-lain. Sebagai perbandingan Toko Foto Raja yang berada di Jalan Lingkar No 68-69, memiliki kelebihan berupa jumlah pekerja yang lebih banyak, hasil editan yang lebih baik, waktu pencetakan foto yang lebih cepat. Berdasarkan hal ini, toko Dunia Foto perlu mengevaluasi masalah yang ada karena dalam usaha di bidang jasa harus memperhatikan kualitas layanan. Beberapa metode yang dapat digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan adalah *ServQual*, *ZOT (Zone of Tolerance)*, dan siklus *PDCA (Plan-Do-Check-Action)*. [2], [11], [12]

Metode *ServQual* dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan harapan, pelayanan persepsi konsumen, dan kesenjangan (*gap*) yang ada di model kualitas jasa dengan membandingkan kinerja suatu pelayanan dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Metode *ZOT* dijadikan sebagai dasar untuk menunjukkan kualitas pelayanan minimum, yang secara tidak langsung berhubungan dengan kepuasan konsumen. Jika layanan yang didapat berada diatas zona toleransi artinya kualitas layanan yang ada saat ini sudah dapat memuaskan keinginan konsumen, dan sebaliknya. Siklus *PDCA* ini bermanfaat dalam melakukan perbaikan kualitas jasa secara terus menerus. [11], [13]–[16]

### Metode Penelitian

Langkah yang dilakukan dalam penelitian adalah pengamatan di Toko Dunia Foto, mencari referensi melalui penelitian terdahulu, menemukan permasalahan mengenai kualitas pelayanan di Toko Dunia Foto, penetapan tujuan berdasarkan masalah yang akan diteliti yaitu mengetahui atribut apa saja yang perlu ditingkatkan pada usaha foto, mengetahui upaya yang dapat direkomendasikan untuk peningkatan usaha dengan metode *ZOT (Zone Of Tolerance)*, *ServQual*, dan *PDCA* pada toko Dunia Foto. Setelah itu dilakukan pengolahan data dengan mengumpulkan data umum dari profil perusahaan, data kuesioner *servqual gap* 5. Berdasarkan data yang dikumpulkan akan dilakukan pengolahan data, yaitu: menentukan zona kualitas dari masing-masing penyebab masalah, *plan* (menentukan akar masalah dengan *fishbone diagram*, lalu menetapkan prioritas masalah dari

penyebab masalah menggunakan diagram pareto, dan membuat rencana perbaikan dari masalah yang ada dengan *5W+1H*), *do* (melakukan implementasi dari rencana perbaikan yang telah dibuat), *check* (membandingkan dan mengecek kondisi sebelum dan sesudah perbaikan menggunakan diagram batang), dan *action* (membuat standarisasi dari masalah yang ada). Langkah selanjutnya adalah menganalisis untuk mendapatkan solusi dari masalah yang ada. Setelah data diolah pada pengolahan data, maka hasil dari pengolahan data tersebut dianalisis sesuai dengan nilai kuantitatif dan kualitatif yang didapatkan. Dari hasil keseluruhan ditarik kesimpulan dari tujuan yang telah dibuat dan saran yang dapat mempermudah peneliti selanjutnya.

### Hasil dan Pembahasan

#### Plan

Pengumpulan 30 data kuesioner responden pada bulan November 2019 yang digunakan dalam penelitian orang konsumen. Kuesioner berisikan dimensi *ServQual* diklasifikasikan menjadi 5 yaitu *tangible* (bukti langsung) yang merupakan penampilan fisik, seperti peralatan, personel, dan media komunikasi. Klasifikasi yang kedua adalah *reliability* (keandalan) yang merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan akurat. Klasifikasi ketiga adalah *responsiveness* (ketanggapan) yang merupakan kemampuan untuk menyediakan jasa dengan cepat. Klasifikasi keempat adalah *assurance* (jaminan) yang merupakan kemampuan untuk memberikan kepercayaan. Klasifikasi kelima adalah *emphaty* (empati) yang merupakan kemampuan untuk memberikan perhatian dan pemahaman kepada pelanggan. [17]

Hasil rekapan kuesioner persepsi dan harapan konsumen yang didapat diuji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS. Uji validitas dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95%. Pembagian kuesioner diberikan kepada konsumen Dunia Foto Palembang sebanyak 30 orang dan nilai  $df = 28$  ( $df = n-2$ ), sehingga diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,316. Data dapat dikatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sedangkan untuk uji reliabilitas menggunakan uji *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) melalui perhitungan SPSS. Kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai  $\alpha > 0,7$ .

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Dimensi	Atribut	Cronbach's Alpha	Corrected Item Total Correlation
Tangible	AL 1	0,889	0,365
	AL 2		0,457
	AL 3		0,376
	AL 4		0,395
Reliability	AL 5		0,381

Responsiveness	AL 6	0,389
	AL 7	0,490
	AL 8	0,382
	AL 9	0,424
	AL 10	0,411
	AL 11	0,424
	AL 12	0,374
	AL 13	0,363
	AL 14	0,428
	AL 15	0,365
Assurance	AL 16	0,370
	AL 17	0,411
	AL 18	0,415
Empathy	AL 19	0,362
	AL 20	0,469
	AL 21	0,362
	AL 22	0,402

Lalu dilakukan perhitungan *gap* dari setiap dimensi. Hasil perhitungan *gap score*, didapat dari rata-rata skor kenyataan dikurang dengan rata-rata skor harapan.

Tabel 2. Gap Atribut

Atribut	Mean Persepsi Konsumen	Mean Harapan Konsumen	Gap 5
AL 1	3,67	4,57	-0,90
AL 2	3,57	4,67	-1,10
AL 3	3,53	4,53	-1,00
AL 4	3,77	4,60	-0,83
AL 5	3,70	4,60	-0,9
AL 6	3,87	4,50	-0,63
AL 7	3,57	4,57	-1,00
AL 8	3,67	4,57	-0,90
AL 9	3,80	4,37	-0,57
AL 10	3,73	4,40	-0,67
AL 11	3,90	4,60	-0,70
AL 12	3,77	4,50	-0,73
AL 13	3,57	4,57	-1,00
AL 14	3,80	4,63	-0,83
AL 15	3,90	4,60	-0,70
AL 16	3,93	4,43	-0,50
AL 17	3,63	4,60	-0,97
AL 18	3,90	4,70	-0,80
AL 19	3,93	4,60	-0,67
AL 20	3,90	4,57	-0,67
AL 21	3,60	4,57	-0,97
AL 22	3,80	4,60	-0,80

Tabel 3. Gap Antara Harapan dan Kenyataan Konsumen Per Dimensi

Dimensi	Harapan	Kenyataan	Gap
Tangible	4,59	3,63	-0,96
Reliability	4,58	3,60	-0,98
Responsiveness	4,57	3,60	-0,97
Assurance	4,58	3,70	-0,88
Empathy	4,59	3,69	-0,90

Setelah mendapatkan nilai *gap* dilakukan perhitungan posisi dari setiap dimensi, dimana rumusnya sebagai berikut:

$$MSA = \text{Mean persepsi konsumen} - \text{Tingkat pelayanan minimum} \quad (1)$$

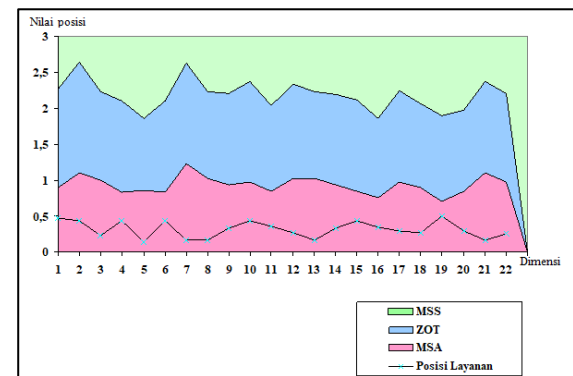
$$MSS = \text{Mean persepsi konsumen} - \text{Mean harapan konsumen} \quad (2)$$

$$ZOT = \text{Mean harapan konsumen} - \text{Tingkat pelayanan minimum} \quad (3)$$

$$\text{Posisi MSA} = ZOT - MSA \quad (4)$$

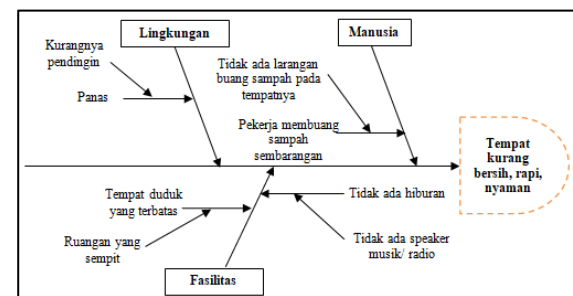
$$\text{Posisi MSS} = ZOT - MSS \quad (5)$$

$$\text{Posisi pelayanan sekarang} = \text{Mean persepsi konsumen} - \text{Tingkat pelayanan minimum} \quad (6)$$

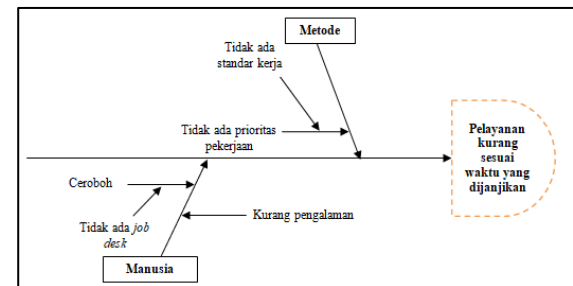


Gambar 1. Hasil Pemetaan ZOT Tiap Dimensi Sebelum Implementasi

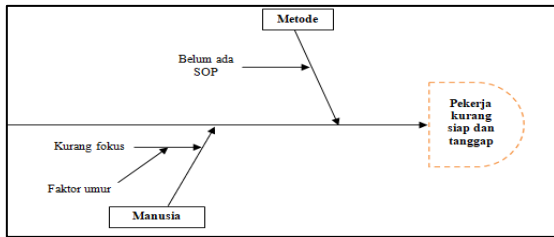
Dari hasil perhitungan *gap* dan posisi setiap dimensi dipilih 1 atribut dari setiap dimensi yang paling bermasalah. Atribut yang dipilih dicari akar permasalahan menggunakan *fishbone diagram*.



Gambar 2. Fishbone Diagram Dimensi Tangible



Gambar 3. Fishbone Diagram Dimensi Reliability



Gambar 4. Fishbone Diagram Dimensi Responsiveness

Akar masalah dari setiap dimensi yang didapat dari *fishbone* diagram dibuatkan perencanaan perbaikan menggunakan 5W+1H.

Tabel 4. 5W+1H

Masalah	Akar Masalah	What	When	Who	Where	Why	How
Toko foto bersih, rapi, dan nyaman	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Panas</li> <li>2. Kotor</li> <li>3. Ada yang merokok</li> <li>4. Tidak ada hiburan</li> <li>5. Tempat duduk terbatas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tambahkan larangan buang sampah sembarangan</li> <li>2. Penambahan fasilitas, seperti musik</li> </ol>	Desember 2019	Pemilik	Di Toko Dunia Foto	Dengan adanya tambahan itu konsumen akan merasa lebih nyaman disana dan tercipta tempat kerja yang baik	Menambahkan tanda larangan buang sampah sembarangan, menambah <i>speaker</i>
Pelayanan yang kurang sesuai dengan waktu yang dijanjikan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bekerja asal-asalan</li> <li>2. Ceroboh</li> <li>3. Kurang pengalaman</li> </ol>		Desember 2019	Pemilik	Di Toko Dunia Foto	Dengan adanya instruksi pekerja akan mendapat kejelasan mengenai tugas dan tanggung jawab mereka dan dengan adanya penilaian kinerja maka setiap pekerja bisa	
Pekerja yang kurang siap dan tanggap	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurang fokus</li> <li>2. Belum ada SOP</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dibuat instruksi kerja</li> <li>2. Buat penilaian karyawan</li> </ol>	Desember 2019	Pemilik	Di Toko Dunia Foto	jawab mereka dan dengan adanya penilaian kinerja maka setiap pekerja bisa	Menyampaikan instruksi kepada setiap pekerja dan dengan memberikan lembar penilaian kinerja kepada konsumen
Pekerja yang kurang sopan melayani	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurang pengalaman</li> <li>2. Belum ditanamkan cara kerja yang baik</li> <li>3. Kurang peduli</li> <li>4. Tidak ada <i>reward</i></li> </ol>		Desember 2019	Pemilik	Di Toko Dunia Foto	jawab mereka dan dengan adanya penilaian kinerja maka setiap pekerja bisa	
Pekerja kurang memahami keinginan konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak ada SOP</li> <li>2. Kurang peduli</li> <li>3. Kurang fokus</li> </ol>		Desember 2019	Pemilik	Di Toko Dunia Foto	memperbaiki kinerja mereka	

**Do**

Pada tahap ini, dilakukan implementasi dari perencanaan perbaikan yang sebelumnya telah dilakukan dengan metode 5W+1H. Gambar dibawah ini merupakan keadaan sebelum dan sesudah implementasi:



Gambar 5. Sebelum dan Sesudah Menambahkan Larangan Buang Sampah



Gambar 6. Sebelum dan Sesudah Menambahkan Speaker



Gambar 7. Alat Penilaian Kinerja



Gambar 8. Briefing Antar Karyawan

### Check

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan kembali 30 data kuesioner responden yang dilakukan pada bulan Desember 2019 setelah implementasi usulan perbaikan. Hasil kuesioner yang sudah direkap dicek kembali validitas dan reliabilitas dari setiap atribut masing-masing dimensi menggunakan SPSS. Lalu dilakukan perhitungan *gap* dari setiap dimensi.

Tabel 5. Gap Antara Harapan dan Kenyataan Konsumen Per Dimensi

Dimensi	Harapan	Kenyataan	Gap
<i>Tangible</i>	4,50	3,86	-0,64
<i>Reliability</i>	4,52	3,72	-0,80
<i>Responsiveness</i>	4,52	3,74	-0,78
<i>Assurance</i>	4,61	3,82	-0,79
<i>Empathy</i>	4,59	3,59	-0,80

Tabel 6. Perbandingan Gap Sebelum dan Sesudah Perbaikan

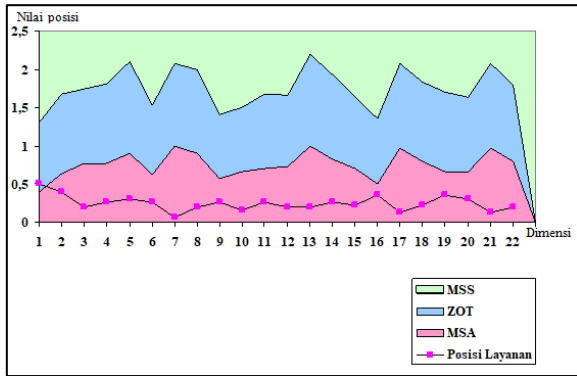
Dimensi	Gap Sebelum	Gap Sesudah
<i>Tangible</i>	-0,96	-0,64
<i>Reliability</i>	-0,98	-0,80
<i>Responsiveness</i>	-0,97	-0,78
<i>Assurance</i>	-0,88	-0,79
<i>Empathy</i>	-0,90	-0,80

Hasil dari *gap* sebelum dan *gap* sesudah perbaikan diuji beda. Uji ini dilakukan untuk menguji komparatif dua sampel yang berhubungan, bila datanya berbentuk ordinal. Prosedur ini dinamakan *sign test*, karena menghitung perbedaan 2 kelompok data untuk semua sampel dan diklasifikasikan menjadi perbedaan positif, negatif, atau sama. [18]

Tabel 7. Perbandingan Gap Sebelum dan Sesudah Perbaikan

	Sesudah-Sebelum
Exact Sig. (2-tailed)	.062 <sup>a</sup>

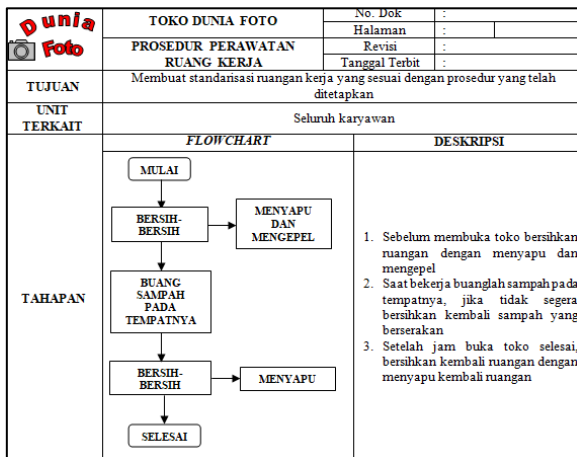
Setelah mendapatkan nilai *gap* sesudah implementasi perbaikan dilakukan perhitungan posisi dari setiap dimensi kembali, sehingga akan didapatkan hasil pemetaan daerah dari setiap dimensi atribut.



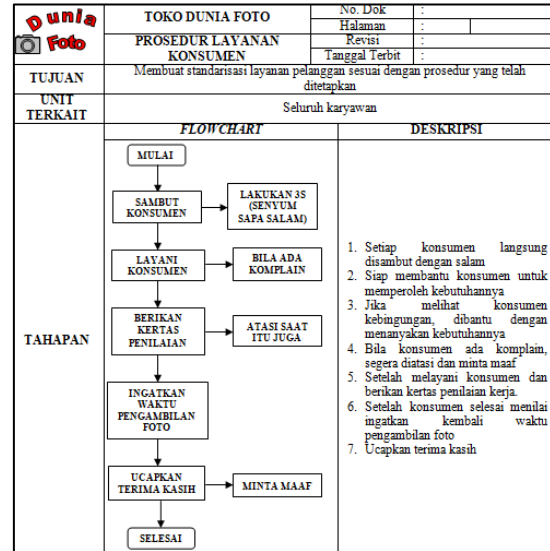
Gambar 9. Hasil Pemetaan ZOT Sesudah Implementasi

**Action**

Dalam hasil penerapan dapat dilihat bahwa masih terdapat *gap* yang tinggi dari kelima dimensi terutama pada dimensi *reliability* dan *emphaty*. Maka dari itu, untuk menjaga hasil positif yang telah didapat, maka dibuat *standard operation procedure* (SOP) ini bertujuan untuk selalu mengingatkan kepada pekerja di Toko Dunia Foto dan perlu dilakukan perbaikan secara terus menerus yang disesuaikan dengan keinginan konsumen.



Gambar 10. SOP Perawatan Ruang Kerja



Gambar 11. SOP Layanan Konsumen

Untuk melihat hasil setelah dilakukannya implementasi maka selanjutnya dilakukan perhitungan hasil pendapatan sebelum dan sesudah implementasi. Perhitungan pendapatan sebelum implementasi menggunakan data pada bulan November dan sesudah implementasi menggunakan data pada bulan Desember 2019.

**Total Pendapatan Sebelum Implementasi:**

$$\begin{aligned}
 &= \text{Foto Closeup} + \text{Foto Haji} + \text{Foto Keluarga} + \text{Foto Pas Foto} + \text{Bingkai Foto} + \text{Foto Prewedding} \\
 &= \text{Rp } 1.575.000 + \text{Rp } 350.000 + \text{Rp } 7.245.000 + \text{Rp } 2.275.000 + \text{Rp } 5.925.000 + \text{Rp } 9.350.000 \\
 &= \text{Rp } 26.720.000
 \end{aligned}$$

**Total Pendapatan Sesudah Implementasi:**

$$\begin{aligned}
 &= \text{Foto Closeup} + \text{Foto Haji} + \text{Foto Keluarga} + \text{Foto Pas Foto} + \text{Bingkai Foto} + \text{Foto Prewedding} \\
 &= \text{Rp } 1.650.000 + \text{Rp } 540.000 + \text{Rp } 8.245.000 + \text{Rp } 3.275.000 + \text{Rp } 6.775.000 + \text{Rp } 10.950.000 \\
 &= \text{Rp } 31.435.000
 \end{aligned}$$

**Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan didapatkan peningkatan *gap* per dimensi yang cukup signifikan dimana *gap* masing-masing dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* sebesar 0,32; 0,18; 0,19; 0,09; 0,10. Lalu dari zona kualitas posisi dari setiap atribut mengalami peningkatan ke posisi yang lebih baik. Untuk meningkatkan lagi kualitas pelayanan dapat dilakukan lagi dibagian hasil edit foto yang baik dengan memberikan pelatihan kepada pekerja



dalam pengumpulan data kuesioner sebaiknya ditambah lebih banyak agar hasil yang didapat lebih baik lagi, dan usulan penelitian ini sebaiknya diaplikasikan dalam waktu yang lebih lama.

### Daftar Pustaka

- [1] M. Rizki *Et Al.*, “Determining Marketing Strategy At Lpp Tvri Riau Using Swot Analysis Method,” *Yrpiiku.Com*, Vol. 3, No. 1, Pp. 10–18, Accessed: May 30, 2022. [Online]. Available: <https://Yrpiiku.Com/Journal/Index.Php/Jaets/Article/View/276>.
- [2] A. Anastasya And F. Yuamita, “Pengendalian Kualitas Pada Produksi Air Minum Dalam Kemasan Botol 330 ML Menggunakan Metode Failure Mode Effect Analysis (Fmea) Di Pdam Tirta Sembada,” *J. Teknol. Dan Manaj. Ind. Terap.*, Vol. 1, Pp. 15–21, 2022, Doi: <https://doi.org/10.55826/Tmit.V1i1.4>.
- [3] R. Alfatiyah, “Analisis Kualitas Jasa Periklanan Dengan Kombinasi Metode Servqual Dan Quality Function Deployment (Qfd) Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan,” *Jitmi (Jurnal Ilm. Tek. Dan Manaj. Ind.)*, Vol. 1, No. 1, Pp. 1–7, 2018.
- [4] F. Surayya Lubis *Et Al.*, “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Servqual Dan Pendekatan Structural Equation Modelling (Sem) Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Di Wilayah,” *Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id*, Vol. 16, No. 02, Pp. 25–31, 2019, Accessed: May 30, 2022. [Online]. Available: <http://Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id/Index.Php/Sitekin/Article/View/9366>.
- [5] Z. Attamimi And A. Maryani, “Pengukuran Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Pt . Bni Syariah Kc . Ciputat Dengan Metode Importance Performance Analysis ( IPA ) & Metode Customer Satisfaction Index ( CSI ) Zakiah Attamimi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Ja,” *Finansia*, vol. 02, no. 02, pp. 201–214, 2019.
- [6] S. M. Widodo and J. Sutopo, “Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-commerce Model Business to Customer,” *J. Inform. Upgris*, vol. 4, no. 1, pp. 38–45, 2018.
- [7] A. Maria, A. I. Kesehatan John Paul Pekanbaru, J. I. Permata, P. Sekaki Sekaki, and K. Pekanbaru, “Pengaruh Kualitas Layanan AKJP II Pekanbaru Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dengan Metode IPA Dan CSI,” *J. HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, vol. 4, no. 2, pp. 1–22, 2021.
- [8] S. Wibowo and N. Muflihah, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Di Sanjaya Fitnes Jombang,” *J. Penelit. Bid. Inov. Pengelolaan Ind.*, vol. 1, no. 2, pp. 61–68, 2022, doi: [10.33752/invantri.v1i2.2324](https://doi.org/10.33752/invantri.v1i2.2324).
- [9] F. Ariani, E. Trisnasari, Y. Aprilinda, and F. N. Affandi, “Aplikasi Berbasis Web Metode Servqual Untuk Mengukur Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Laboratorium Komputer,” *Expert J. Manaj. Sist. Inf. dan Teknol.*, vol. 8, no. 2, pp. 56–60, 2018, doi: [10.36448/jmsit.v8i2.1112](https://doi.org/10.36448/jmsit.v8i2.1112).
- [10] R. N. Ichsan and L. Nasution, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Kurnia Aneka Gemilang Tanjung Morawa,” *J. Educ. Hum. Soc. Sci.*, vol. 4, no. 3, pp. 1281–1288, 2022, doi: [10.34007/jehss.v4i3.629](https://doi.org/10.34007/jehss.v4i3.629).
- [11] A. Wicaksono and F. Yuamita, “Pengendalian Kualitas Produksi Sarden Menggunakan Metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) Untuk Meminimumkan Cacat Kaleng Di PT. Maya Food Industries,” *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, pp. 1–6, 2022, doi: <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i1.6>.
- [12] F. N. Rahman and A. Y. Pratama, “Analisis Beban Kerja Mental Pekerja Train Distribution PT. Solusi Bangun Indonesia,” *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, pp. 7–14, 2022, doi: <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i1.11>.
- [13] A. Kumar, R. Liu, and Z. Shan, “Is Blockchain a Silver Bullet for Supply Chain Management? Technical Challenges and Research Opportunities,” *Decis. Sci.*, vol. 51, no. 1, pp. 8–37, Feb. 2020, doi: [10.1111/DECI.12396](https://doi.org/10.1111/DECI.12396).
- [14] D. Wisnu, D. Putra, T. Industri, and F. T. Industri, “Analisis Layanan Konsumen Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Dan Fuzzy Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan,” *SENASTITAN*, vol. 2, pp. 78–85, 2021.
- [15] S. Adi and F. Yuamita, “Analisis Ergonomi Dalam Penggunaan Mesin Penggilingan Pupuk Menggunakan Metode Quick Exposure Checklist Pada PT. Putra Manunggal Sakti,” *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, pp. 22–34, 2022, doi: <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i1.7>.
- [16] J. N. A. Aziza, “Perbandingan Metode

- Moving Average, Single Exponential Smoothing, dan Double Exponential Smoothing Pada Peramalan Permintaan Tabung Gas LPG PT Petrogas Prima Services,” *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, pp. 35–41, 2022, doi: <https://doi.org/10.55826/tmit.v1i1.8>.
- [17] E. Permata, M. Rizki, ... P. P.-S. J. S., and undefined 2020, “Analisa Strategi Pemasaran Dengan Metode BCG (Boston Consulting Group) dan Swot,” *ejournal.uin-suska.ac.id*, vol. 17, no. 2, pp. 92–100, 2020, Accessed: Aug. 25, 2021. [Online]. Available: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/12329>.
- [18] M. Rizki *et al.*, “Aplikasi Metode Kano Dalam Menganalisis Sistem Pelayanan Online Akademik FST UIN SUSKA Riau pada masa Pandemi Covid-19,” *ejournal.uin-suska.ac.id*, vol. 18, no. 02, pp. 180–187, 2021, Accessed: May 30, 2022. [Online]. Available: <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/12710>.

## Lampiran

### KUESIONER SERVQUAL

Kuesioner ini untuk mengetahui persepsi dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Toko Dunia Foto Palembang.

#### Bagian Kiri

Isilah Kuesioner dengan memberi tanda (✓) yang menunjukkan **persepsi konsumen** (Penilaian terhadap pelayanan yang telah diberikan). Keterangan:

SS	= Sangat Setuju	TS	= Tidak Setuju
S	= Setuju	STS	= Sangat Tidak Setuju
N	= Netral		

#### Bagian Kanan

Isilah Kuesioner dengan memberi tanda (✓) yang menunjukkan **harapan konsumen** (Harapan terhadap pelayanan). Keterangan:

SS	= Sangat Setuju	TS	= Tidak Setuju
S	= Setuju	STS	= Sangat Tidak Setuju
N	= Netral		

Persepsi					Pertanyaan	Harapan				
STS	TS	N	S	SS		STS	TS	N	S	SS
<b>Tangible</b>										
					Toko foto menggunakan fasilitas yang lengkap					
					Toko foto bersih, rapi, dan nyaman					
					Karyawan toko berpenampilan rapi dan sopan					
					Toko foto menggunakan peralatan foto yang modern dan terbaru					
<b>Reliability</b>										
					Toko foto memberikan hasil pelayanan untuk mengedit foto yang rapi					
					Toko foto memberikan pelayanan sesuai dengan permintaan					
					Toko foto memberikan pelayanan					



					sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
					Toko foto meminimalisir kesalahan dalam pelayanan					
					Karyawan toko foto bekerja secara profesional					
<b><i>Responsiveness</i></b>										
					Toko foto selalu memberikan informasi kepada pelanggan					
					Toko foto memberikan pelayanan untuk mengingatkan pelanggan					
					Toko foto memberikan pelayanan dengan prinsip kesediaan untuk membantu					
					Toko foto selalu siap dan tanggap merespon pelanggan					
<b><i>Assurance</i></b>										
					Karyawan toko mempunyai pengetahuan fotografi yang baik					
					Karyawan toko menanamkan kepercayaan kepada pelanggan					
					Toko foto membuat pelanggan merasa aman atas transaksi mereka					
					Karyawan toko foto melayani dengan sopan					
<b><i>Empathy</i></b>										
					Memberikan perhatian individual kepada pelanggan					
					Karyawan peduli terhadap pelanggan					
					Memberikan pelayanan terbaik pada konsumen					
					Karyawan memahami kebutuhan pelanggan					
					Toko foto memberikan pelayanan yang nyaman kepada pelanggan					