

**Analisis Kualitas Pelayanan Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Berdasarkan *Customer Satisfaction Index* Menggunakan Metode *E-Service Quality* (Studi Kasus : Pengguna Aplikasi Pegipegi)**Andesta Angelina<sup>a1</sup>, Dinna Yunika Hardiyanti<sup>b2</sup>, Dinda Lestarini<sup>a,b3</sup>*Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Sriwijaya  
Jalan Raya Palembang-Prabumulih Km 32 Indralaya, OI, Sumatera Selatan 30662*<sup>1</sup>andestaangelina@gmail.com<sup>2</sup>dinna.yunika@gmail.com<sup>3</sup>dinda.lestarini@gmail.com**Abstrak**

Penilaian kualitas layanan sebuah aplikasi dibutuhkan agar dapat diketahui bagaimana tingkat kepuasan pengguna aplikasi terhadap pelayanan atau *service* yang diberikan oleh aplikasi tersebut, agar dapat diketahui dimensi apa saja yang perlu diperbaiki dan juga di tingkatkan. Faktor penentu dalam kemajuan atau kemunduran dari bisnis berbasis elektronik adalah kualitas layanan elektronik itu sendiri. Langkah untuk menilai kesesuaian antara penerimaan pengguna terhadap harapan yang diinginkan oleh pengguna dilakukan dengan penerapan *e-service quality* [1] Pada penelitian ini menggunakan metode *e-service quality* yang mencakup tujuh dimensi yaitu : efisiensi, reliabilitas, fulfillment, privasi, daya tanggap, kompensasi, kontak. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan digunakan *customer satisfaction index*, kemudian untuk pengukuran kepuasan pengguna per dimensi yaitu didasarkan pada nilai gap setiap pertanyaan. Penelitian yang penulis laksanakan bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan elektronik aplikasi pegipegi dengan metode *E-Service quality* kemudian mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan menggunakan penilaian CSI dan selanjutnya gap analisis untuk mengetahui kepuasan pengguna aplikasi per dimensi. Kemudian memberikan rekomendasi terhadap aplikasi pegipegi berdasarkan penilaian tersebut.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan oleh penulis pada penelitian yang telah dilakukan yaitu dengan menggunakan formula Lemeshow. Kemudian didapatkan 126 responden dari populasi seluruh pengguna aplikasi pegipegi. Hasil dari penelitian ini adalah Kepuasan pengguna aplikasi pegipegi berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* berada di tingkat sangat memuaskan dengan nilai 86.93, namun pada analisis gap masih terdapat selisih kesenjangan dan dimensi yang menjadi prioritas dilakukan perbaikan adalah dimensi kompensasi adanya peningkatan kinerja mengenai sistem pengembalian uang atau *refund* saat ada kesalahan pemesanan, ataupun biaya penanganan produk. Kemudian pada dimensi Daya tanggap, *contact service* harus lebih cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan.

**Kata kunci:** Pegipegi, *e-service quality*, kepuasan, kualitas layanan, gap, CSI**Service Quality Analysis To Know Customer Satisfaction Based On Customer Satisfaction Index Using E-Service Quality Method (Case Study: Pegipegi Application User)****Abstract**

Assessment of the service quality of an application is needed to determine the level of satisfaction of application users with the services provided by the application, so that it can be seen what dimensions need to be improved and also improved. The determining factor in the progress or decline of an e-based business is the quality of the e-service itself. Steps to assess the suitability between user acceptance and expectations desired by users are carried out by implementing e-service quality [1] In this study using the e-service quality method which includes seven dimensions, namely: efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, contact. The measurement of the overall level of customer satisfaction is used by the customer satisfaction index, then the measurement of user satisfaction per dimension is based on the gap value of each question. This research aims to determine the level of electronic service quality of the Pegipegi application with the E-Service quality method, then determine the overall level of user satisfaction using CSI assessment and then gap analysis to determine application user satisfaction per dimension. Then provide recommendations on the application of pegipegi based on that assessment.

The sampling technique in this study used the Lemeshow formula. Then obtained 126 respondents from the entire population of Pegipegi application users. The results of this study are the user satisfaction of the Pegipegi application based on the calculation of the Customer Satisfaction Index is at a very satisfactory level with a value

of 86.93, but in the gap analysis there is still a gap and the priority dimension for improvement is the compensation dimension for an increase in performance regarding the refund system. when there is an order error, or product handling costs. Then on the Responsiveness dimension, contact service must be faster in responding to customer complaints.

**Keywords:** Pegipegi, e-service quality, satisfaction, service quality, gap, CSI

## I. PENDAHULUAN

Revolusi di bidang sistem informasi telah didorong oleh teknologi telekomunikasi dan komputer, dan kita telah memasuki era baru di mana dunia semakin canggih dan cepat. Perkembangan internet di dukung oleh kemajuan di bidang telekomunikasi, komputer dan tidak lain bahwa itu semua adalah bukti kemajuan teknologi yang terus dikembangkan. Menggunakan internet, para pengusaha atau pebisnis tidak lagi menghadapi masalah dan kesulitan dalam mencari dan mendapatkan informasi. [2]. Kepuasan para pengguna jasa atau pelanggan adalah tingkat perasaan yang dirasakan setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan. [3]. Dua faktor utama yang mempengaruhi tingkat kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan/diterima. Jika kualitas pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang diberikan dianggap memuaskan. [4]. *E-service quality* merupakan pemberian nilai dari pengguna atau pelanggan terhadap layanan elektronik yang dirasakan di pasar *online* [5]. Kualitas layanan online adalah sejauh mana situs web atau aplikasi dapat secara efisien dan efektif memfasilitasi pembelian, penjualan, dan pengiriman produk dan layanan [6]. Kepuasan pelanggan perlu diukur untuk mendapatkan umpan balik dan masukan yang dapat diambil bisnis untuk mengembangkan dan menerapkan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Kotler&Keller dalam [7].

Sebagai salah satu perusahaan *online travel agent* tentunya pegipegi memiliki beberapa pesaing diantaranya Traveloka, Booking.com, TrivAdvisor, Agoda dan lainnya. Melihat begitu banyak kompetitor yang juga menawarkan pelayanan terbaiknya, tentunya aplikasi ini harus meningkatkan dan juga mempertahankan apa yang telah membuat pelanggan merasa puas ketika menggunakan aplikasi pegipegi. Pengguna aplikasi ini juga masih merasakan ketidakpuasan, pada *google playstore* dapat dilihat berbagai keluhan pengguna diantaranya metode pembayaran yang tidak bisa dirubah, harga yang ada pada aplikasi tidak sesuai dengan harga hotel, tidak bisa refund, tidak ada notifikasi dari aplikasi mengenai pembayaran ataupun pemesanan. Hal-hal tersebut membuat pengguna aplikasi beralih ke aplikasi lain dan bahkan meng-uninstall aplikasi pegipegi. Penilaian kualitas layanan aplikasi dibutuhkan agar dapat diketahui tingkat kepuasan pengguna aplikasi terhadap pelayanan atau *service* yang diberikan oleh aplikasi tersebut. Dalam lingkungan berbasis elektronik, kualitas layanan adalah proses evaluasi yang dilakukan secara menyeluruh kepada pelanggan mengenai manfaat dan kualitas layanan secara elektronik di toko online dan *e-commerce*. Kualitas layanan elektronik itu sendiri menentukan sukses tidaknya bisnis berbasis elektronik. Langkah menilai kesesuaian

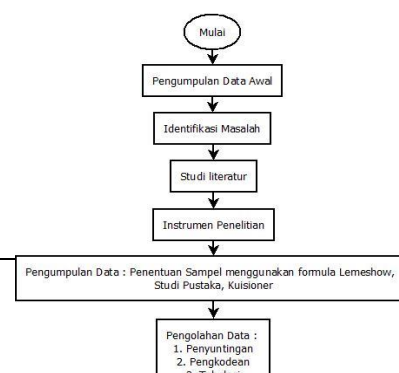
antara penerimaan pengguna dan harapan pengguna dilakukan dengan menerapkan *E-service quality* [1].

Dengan mengukur kualitas layanan menggunakan *e-service quality* dapat mengetahui kualitas layanan dan persepsi yang diterima oleh pelanggan atau pengguna aplikasi pegipegi. Berdasarkan penjelasan dan uraian yang ada di latar belakang, maka telah didapatkan rumusan permasalahannya yaitu bagaimana kualitas pelayanan dan persepsi yang diterima oleh pengguna atau pelanggan aplikasi pegipegi berdasarkan 7(tujuh) dimensi *e-service quality*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui mengenai tingkat kualitas pelayanan elektronik aplikasi pegipegi dengan metode *E-Service quality* kemudian mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara keseluruhan menggunakan penilaian CSI. CSI merupakan salah satu cara untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna atau pelanggan menggunakan suatu jasa secara keseluruhan dengan melihat tingkat harapan atas semua atribut yang terdapat pada suatu produk atau jasa [8]. Dan selanjutnya gap analisis untuk mengetahui kepuasan pengguna aplikasi per dimensi. Analisis ini adalah suatu model yang didasarkan pada anggapan konsumen atau pelanggan dengan melakukan perbandingan antara kinerja atau persepsi yang diberikan perusahaan dengan ekspektasi atau harapan konsumen Stolzer et al.,2011 dalam [9]. Kesenjangan muncul karena ada hubungan antara persepsi perusahaan terhadap kualitas layanannya dan pekerjaan yang dilakukan dengan layanan yang diberikan kepada konsumen. Kemudian memberikan rekomendasi terhadap aplikasi pegipegi berdasarkan penilaian tersebut.

## II. METODOLOGI

### A. Alur Penelitian

Penelitian yang dilakukan mengacu pada alur penelitian sebagai berikut :



4) *Instrumen Penelitian* : Tahap selanjutnya berdasarkan metode dan studi literatur yang dilakukan, maka penentuan instrumen sesuai dengan literatur yang ada. Dari studi literatur didapat indikator untuk penelitian. Indikator penelitian merupakan variabel-variabel yang merujuk pada suatu keadaan yang berfungsi sebagai standar acuan pengukuran dalam suatu penelitian. Indikator yang dipakai digunakan sebagai acuan mengukur kualitas layanan elektronik pada aplikasi pegipegi ada tujuh dimensi berdasarkan e-service quality yaitu sebagai berikut :

TABEL I  
INDIKATOR PENELITIAN

	Indikator	Penjelasan
E-Service Quality  Parasuraman dkk, dalam (Hahn et al., 2017)	Efisiensi	Suatu fungsi yang digunakan untuk memudahkan pelanggan untuk menggunakan, mudah untuk melakukan pencarian, kecepatan dalam mengakses sehingga lebih efisien
	Reliabilitas	Suatu fungsi mengenai teknis pada aplikasi terutama pada ketersediaan dan pengoperasian aplikasi
	Fulfillment	Suatu fungsi ketepatan janji layanan, dan produk yang diberikan sesuai waktu yang dijanjikan
	Privasi	Suatu fungsi yang digunakan dalam memberikan keamanan data pribadi, keamanan bertransaksi, ataupun jaminan yang diberikan
	Daya tanggap	Suatu fungsi yang digunakan untuk memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk mendapatkan bantuan apabila memiliki permasalahan ataupun pertanyaan
	Kompensasi	Suatu fungsi apakah penggunaan fitur jaminan dapat digunakan dengan benar dan tepat
	Kontak	Suatu fungsi yang digunakan untuk para pelanggan dalam menghubungi customer service yang telah disediakan

Sumber : Parasuraman dkk, dalam [13]

5) *Pengumpulan Data* : Pengumpulan data dilakukan dengan menentukan sampel. Pada penelitian ini adalah jumlah pengguna aplikasi Pegipegi, akan tetapi tidak diketahui dengan pasti jumlah pengguna aplikasi. Oleh karena itu, digunakan rumus Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui untuk menghitung jumlah sampel minimum yang diperlukan. [14] :

Keterangan:

p : maksimal esimasi = 0,5

n : jumlah sampel

d : alpha (0,10) atau sampling error 10%

z : skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

$$n = \frac{Z^2 \times p(1-p)}{d^2} \tag{1}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5)(1-0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416) \times (0,5)(0,5)}{(0,1)}$$

$$n = \frac{(3,8416) \times (0,25)}{(0,1)}$$

1) *Pengumpulan data awal* : Pengumpulan data awal mengenai aplikasi pegipegi dilakukan untuk menentukan rumusan masalah dengan melihat beberapa referensi dan pengalaman pengguna.

2) *Identifikasi Masalah* : Identifikasi masalah adalah langkah pertama dalam penelitian untuk mengidentifikasi beberapa keluhan pengguna tentang aplikasi Pegipegi untuk mendapatkan gambaran umum tentang masalah dan untuk menemukan solusi untuk masalah yang ada.

3) *Studi Literatur* : Untuk mengidentifikasi suatu masalah, membutuhkan literatur yang berkaitan dengan masalah tersebut. Dengan melakukan studi literatur, diharapkan mampu mengenal teori, konsep, dan metode yang mendasari penelitian. Penelitian-penelitian terkait yang dijadikan sebagai referensi penulis adalah sebagai berikut: penelitian yang dilakukan oleh [10] dengan judul Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menggunakan Metode customer satisfaction index(CSI) dan importance performance analysis (ipa) pada optik “jakarta” pekanbaru,

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kepuasan masing-masing atribut yang digunakan dengan metode pengukuran kepuasan pelanggan, dan untuk mengidentifikasi tingkat minat konsumen berdasarkan metode pengukuran kepuasan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh [11] dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Berdasarkan e-service Quality Pelanggan Pada Toko Online “tokopedia”. Dilakukan penelitian ini adalah untuk melihat kepuasan pelanggan terhadap Tokopedia, menggunakan *e-service quality*. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh [12] dengan judul Analisis Kesenjangan Antara Ekspektasi Konsumen Terhadap Persepsi Jasa Pelayanan ( Studi Kasus pada Bengkel Cat dan Las Mobil Warna Indah di Kediri ), Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan dan mengetahui apakah terdapat perbedaan nilai antara kinerja dan harapan pengguna terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Las dan Cat Warna Indah.

$$n = \frac{0,9604}{0,1}$$

n = 96,04

Berdasarkan perhitungan tersebut, peneliti harus mengambil data minimal 100 pengguna aplikasi pegipegi.

penyebaran kuesioner kepada pengguna aplikasi pegipegi.

6) *Uji Instrumen atau Indikator Penelitian:* Ketika menguji suatu alat penelitian, uji validitas adalah ukuran atau nilai yang digunakan untuk menentukan apakah seorang responden valid atau konsisten dalam menjawab suatu pertanyaan atau pernyataan [7]. Digunakan program SPSS untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini. Menurut [7] Reliabilitas adalah ukuran stabilitas dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan strukturnya. Uji reliabilitas dapat dilakukan pada semua pertanyaan lebih dari satu variabel pada saat yang sama, tetapi yang terbaik adalah melakukan uji reliabilitas untuk setiap variabel pada lembar kerja terpisah sehingga diketahui konfigurasi variabel mana yang tidak reliabel.

7) *Pengolahan Data:* Pengolahan data dalam penelitian ini diawali dengan editing untuk mengecek seluruh daftar pertanyaan, seperti kesesuaian jawaban responden, kelengkapan penyusunan daftar pertanyaan, dan konsistensi jawaban responden. Lalu, kode atau simbol diberikan untuk pengkodean agar menyederhanakan tanggapan responden. Dan terakhir, untuk mengumpulkan dan menghitung data dari hasil pengkodean, dibuat tabel yang merangkum data survei tentang harapan dan persepsi pengguna layanan aplikasi pegipegi dan menyajikannya dalam bentuk tabel.

8) *Teknik Analisis Data:* Setelah pengolahan data, langkah selanjutnya adalah analisis data. Dalam penelitian ini, kami menggunakan metodologi *e-Service quality* untuk menentukan kualitas layanan aplikasi. Lalu, untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan metode *CSI(Customer Satisfaction Index)* terdiri dari dua aspek yaitu tingkat kepentingan dan tingkat persepsi, dan yang terakhir adalah evaluasi untuk mengetahui nilai kesenjangan atau jarak antara harapan dan persepsi konsumen melalui Gap analisis.

9) *Analisis dan Pembahasan :* Setelah semua estimasi dan pengolahan data, langkah selanjutnya adalah menganalisis hasil pengolahan data dan dilanjutkan dengan pembahasan analisis.

10) *Kesimpulan dan Saran :* Tahapan terakhir yaitu kesimpulan dan memberikan saran terhadap penelitian selanjutnya.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji validitas pada penelitian yang telah dilaksanakan digunakan untuk mengetahui atau mengukur valid atau tidaknya instrumen setiap

instrumen yang digunakan. Penelitian ini menggunakan nilai signifikan 0,05 (5%) sehingga mendapatkan nilai r pada tabel yaitu 0.1736 [15].

TABEL I  
HASIL UJI VALIDITAS

Dimensi	Butiran	Koefisien Korelasi		r <sub>tabel</sub>	Keterangan
		H	P		
Efisiensi	X1.1	0.602	0.630	0.1736	Valid
	X1.2	0.650	0.732	0.1736	Valid
Reliabilitas	X2.1	0.608	0.704	0.1736	Valid
	X2.2	0.572	0.748	0.1736	Valid
	X2.3	0.730	0.706	0.1736	Valid
	X2.4	0.708	0.727	0.1736	Valid
	X2.5	0.613	0.645	0.1736	Valid
	X2.6	0.694	0.762	0.1736	Valid
Fulfillment	X3.1	0.737	0.742	0.1736	Valid
	X3.2	0.677	0.736	0.1736	Valid
	X3.3	0.711	0.677	0.1736	Valid
Privasi	X4.1	0.720	0.734	0.1736	Valid
	X4.2	0.727	0.815	0.1736	Valid
	X4.3	0.654	0.771	0.1736	Valid
Daya tanggap	X5.1	0.715	0.712	0.1736	Valid
	X5.2	0.651	0.718	0.1736	Valid
	X5.3	0.636	0.676	0.1736	Valid
Kompensasi	X6.1	0.614	0.534	0.1736	Valid
Kontak	X7.1	0.686	0.696	0.1736	Valid

Dari tabel 4.1 diatas rhitung adalah nilai koefisien korelasi dari H (harapan) dan P (persepsi) maka disimpulkan bahwa semua butiran pernyataan atau pertanyaan dalam mengukur semua dimensi yang ada dinyatakan valid, dikarenakan rhitung > 0.1736 maka, dinyatakan valid dan dapat digunakan pada aplikasi pegipegi untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

#### 2. Uji realibilitas

Uji reliabilitas pada penelitian yang telah dilakukan adalah untuk mengukur dan mengetahui nilai tingkat kepercayaan konsumen bahwa instrumen bisa diandalkan untuk mengukur sesuatu yang ingin diketahui. Dengan melihat hasil *Cronbach alpha* dari pengujian maka dapat diketahui sejauh mana sebuah instrumen dikatakan reliabel. Jika nilai  $\alpha > 0,6$  maka hasil pengujian dikatakan reliabel atau memiliki tingkat keandalan yang tinggi. Dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini merupakan hasil dari pengujian reliabilitas terhadap instrumen yang digunakan dalam penelitian.

TABEL II  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Reliabilitas		Keterangan
	H	P	
E-Service Quality	0.931	0.942	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa semua dimensi yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan reliabel.karena dapat dilihat bahwa koefisien > 0,60 sehingga seluruh instrumen dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna atau

pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang ada di aplikasi pegipegi.

**B. Analisis Perhitungan Customer Satisfaction Index**

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner untuk mengetahui kualitas layanan berdasarkan dimensi yang ada pada metode *e-service quality*. Maka selanjutnya dilakukan penilaian CSI adalah sebagai berikut hasil perhitungan *Mean Importance Scores (MIS)*, *Mean Satisfaction Scores (MSS)*, *Weighted Factor (WF)*, *Weighted Score (WS)*, *Weighted Total (WT)*, dan terakhir yaitu perhitungan *Customer Satisfaction Index* dapat dilihat pada tabel III dibawah ini :

TABEL III  
Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

	Atribut	MIS	MSS	WF	WS
X1.1	Aplikasi dapat diakses dan digunakan dengan mudah	4.51	4.31	5.16	22.29454
X1.2	Pelanggan dapat mencari dan menemukan produk yang diinginkan dengan mudah (memiliki search engine yang baik).	4.61	4.39	5.27	23.18319
X2.1	Keakuratan proses transaksi pada aplikasi	4.61	4.37	5.28	23.09733

X2.2	Aplikasi memiliki desain tampilan yang menarik	4.42	4.27	5.06	21.66258
X2.3	Aplikasi mudah untuk dijalankan	4.57	4.34	5.23	22.73267
X2.4	Aplikasi menyediakan berbagai cara dalam melakukan transaksi pembayaran	4.67	4.46	5.34	23.84179
X2.5	Personalisasi aplikasi berdasarkan penggunaanya	4.51	4.26	5.16	22.04864
X2.6	Relevansi informasi yang ditampilkan kepada pengguna	4.57	4.33	5.23	22.69111
X3.1	Aplikasi menampilkan ketersediaan stok produk misalnya kamar hotel	4.61	4.39	5.28	23.22309
X3.2	Aplikasi memberikan informasi yang jelas mengenai produk dan tagihan pembayaran	4.64	4.48	5.30	23.80628
X3.3	Aplikasi memberikan promosi ataupun diskon secara akurat	4.68	4.11	5.35	22.05498
X4.1	Ketersediaan informasi ulasan (review) produk pada aplikasi	4.53	4.41	5.18	22.86642
X4.2	Informasi pengguna selama menggunakan	4.62	4.43	5.29	23.47295
X4.3	Keamanan proses transaksi pada aplikasi	4.76	4.53	5.44	24.67599
X5.1	Pihak aplikasi dapat mengatasi masalah yang dialami pelanggan	4.63	4.40	5.29	23.34496
X5.2	Aplikasi terdapat fitur untuk komunikasi antara perusahaan dan pelanggan	4.55	4.24	5.20	22.11836
X5.3	Kecepatan admin aplikasi dalam menyelesaikan masalah yang dialami pengguna	4.67	4.29	5.34	22.95091
X6.1	Aplikasi memiliki mekanisme refund/ pengembalian uang, biaya kesalahan pemesanan, biaya penanganan produk.	4.62	3.97	5.29	21.03747
X7.1	Aplikasi memiliki customer service 24jam	4.57	4.50	5.22	23.56449
<b>WT</b>					434.6678

Setelah melakukan pengolahan data dan mendapatkan nilai dari MIS, MSS, WF, dan WT. maka selanjutnya dilakukan perhitungan nilai CSI sebagai berikut :

$$CSI = \frac{WT}{\text{Nilai Maksimal Skala likert}} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{434.6678}{5} \times 100\%$$

$$= 86.93 \%$$

TABEL IV  
Kriteria Tingkat Kepuasan

No	Nilai CSI (%)	Keterangan
1	0% - 20%	Tidak Puas
2	21% - 40%	Kurang Puas
3	41% - 60%	Cukup Puas
4	61% - 80%	Puas
5	81% - 100%	Sangat Puas

Sumber : [8]

Dilihat dari perhitungan nilai CSI berada di tingkat sangat puas dengan nilai 86,93 %. Berdasarkan langkah yang telah dilakukan dan didapat hasil perhitungan hasil bahwa atribut yang mendapatkan nilai terendah pada tingkat harapan atau kepentingan yaitu Aplikasi memiliki desain tampilan yang menarik yaitu dengan nilai 4,42. Dan atribut yang berada pada nilai tertinggi di tingkat harapan adalah Keamanan proses transaksi pada aplikasi dengan rata-rata 4,76. Dengan nilai tersebut berarti responden menaruh harapan tinggi terhadap keamanan proses transaksi pada saat menggunakan aplikasi pegipegi.

Sedangkan persepsi atau kinerja aplikasi yang diterima oleh pengguna, nilai rata-rata paling rendah adalah pada variabel Kompensasi dengan pertanyaan Aplikasi memiliki mekanisme refund/ pengembalian uang, biaya kesalahan pemesanan, biaya penanganan produk, dengan nilai 3,97. Dan rata-rata paling tinggi berada di pertanyaan Keamanan proses transaksi pada aplikasi dengan nilai 4,53.

C. Analisis Kepuasan Pengguna Berdasarkan Gap

Setelah dilakukan pengolahan data CSI sebelumnya, telah didapat nilai rata-rata harapan dan juga nilai rata-rata persepsi, maka tinggal dimasukkan Pada tabel V dibawah ini dan akan di dapatkan nilai gap setiap dimensi.

TABEL V  
Nilai rata-rata harapan, persepsi dan gap pengguna aplikasi

Dimensi	Butiran	Nilai Rata-Rata Harapan	Nilai Rata-Rata Persepsi	GAP
Efisiensi	X1.1	4.51	4.31	-0.19841
	X1.2	4.61	4.39	-0.21429
Reliabilitas	X2.1	4.61	4.37	-0.24603
	X2.2	4.42	4.27	-0.15079
	X2.3	4.57	4.34	-0.2381
	X2.4	4.67	4.46	-0.21429
	X2.5	4.51	4.26	-0.24603
Fulfillment	X2.6	4.57	4.33	-0.24603
	X3.1	4.61	4.39	-0.22222
	X3.2	4.64	4.48	-0.15873
Privasi	X3.3	4.68	4.11	-0.56349
	X4.1	4.53	4.41	-0.11905
	X4.2	4.62	4.43	-0.19048
Daya tanggap	X4.3	4.76	4.53	-0.23016
	X5.1	4.63	4.40	-0.23016
	X5.2	4.55	4.24	-0.30952
Kompensasi	X5.3	4.67	4.29	-0.38095
	X6.1	4.62	3.97	-0.65079
Kontak	X7.1	4.57	4.50	-0.06349

Berdasarkan tabel di atas maka dilakukan analisis kepuasan pengguna per dimensi berdasarkan nilai gap yang telah diperoleh sebagai berikut :

1. Efisiensi  
Berdasarkan nilai gap yang diperoleh pada dimensi efisiensi kedua butiran pertanyaan yaitu -0.19841 dan -0.21429 menunjukkan pengguna sudah merasa puas dengan kualitas layanan yang ada pada aplikasi pegipegi. Namun masih perlu ditingkatkan karena gap masih bernilai negatif artinya masih terdapat kesenjangan pada butiran yang ada pada dimensi ini.
2. Reliabilitas  
Pada dimensi ini nilai gap paling tinggi yaitu terdapat pada butiran X2.1, X2.5 dan X2.6 dengan nilai -0.24603 artinya pada butiran ini yang menjadi fokus untuk diperbaiki dan ditingkatkan lagi kinerja pada aplikasi. Dan nilai gap paling rendah terdapat pada butir X2.2 dengan nilai gap -0.15079, maka pada butiran ini harus dipertahankan kinerja aplikasi pegipegi.
3. Fulfillment  
Pada dimensi ini nilai gap paling tinggi terdapat pada butiran X3.3 dengan nilai -0.56349 yang artinya pada butiran ini masih terdapat kesenjangan yang jauh antara harapan dan persepsi yang diterima oleh pengguna, dan butiran ini harus diperbaiki atau ditingkatkan lagi kinerja pada aplikasi. Untuk nilai gap paling rendah X3.2 dengan nilai -0.15873 artinya pada butiran ini pengguna aplikasi telah merasa puas, maka aplikasi dapat mempertahankan dan juga meningkatkannya lagi.
4. Privasi

Pada dimensi ini nilai gap pada setiap butiran semuanya rendah, yang artinya pada dimensi ini pengguna aplikasi sudah merasa puas dengan kualitas layanan aplikasi pegipegi, dan aplikasi dapat mempertahankan kualitas layanan telah diberikan kepada pengguna.

#### 5. Daya tanggap

Pada dimensi ini nilai gap paling tinggi terdapat pada butiran X5.3 dengan nilai -0.38095 artinya pada butiran ini aplikasi harus memperbaiki, meningkatkan, dan menambahkan terhadap kekurangan atau kesalahan yang ada untuk memberikan kepuasan kepada pengguna.

#### 6. Kompensasi

Pada dimensi ini atau butiran X6.1 memiliki nilai gap yang tinggi dibandingkan dengan dimensi-dimensi sebelumnya yaitu -0.65079, yang artinya dimensi ini menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan untuk memberikan kepuasan pengguna yang lebih baik lagi terhadap kualitas layanan aplikasi pegipegi.

#### 7. Kontak

Pada dimensi ini atau butiran X7.1 nilai gap nya cukup rendah yaitu sebesar -0.06349, yang artinya pada dimensi ini pengguna aplikasi sudah merasa puas terhadap kualitas layanan yang telah dirasakan selama menggunakan aplikasi pegipegi.

### D. Rekomendasi terhadap aplikasi

Dengan telah di dapatkan hasil dari analisis dan telah dilakukan pembahasan dan juga telah didapat hasilnya, maka dapat diberikan rekomendasi untuk memperbaiki layanan yang mendapatkan nilai kesenjangan yang tinggi dan mempertahankan layanan yang mendapatkan nilai kesenjangan yang rendah. Berikut adalah rekomendasi yang dapat diberikan :

1. Kontak, dapat dipertahankan dan ditingkatkan kualitas pelayanan oleh aplikasi mengenai *contact service* yang telah ada.
2. *Fulfillment*, selalu memperbarui informasi mengenai promosi ataupun diskon secara akurat kepada pengguna aplikasi pegipegi.
3. Privasi, mempertahankan keamanan proses transaksi setiap kali pelanggan menggunakan aplikasi pegipegi.
4. Kompensasi, adanya perbaikan dan peningkatan kinerja mengenai sistem pengembalian uang atau *refund* saat ada kesalahan pemesanan, ataupun biaya penanganan produk.
5. Daya tanggap, *contact service* harus lebih cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan.

## IV. KESIMPULAN

### A. Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas *service* atau pelayanan aplikasi pegipegi berdasarkan metode *E-Service quality* dan dimensi-dimensinya, kemudian dilakukan penilaian kepuasan pelanggan secara keseluruhan menggunakan

CSI, selanjutnya dilakukan penilaian kepuasan pelanggan per dimensi dengan gap analisis. Setelah dilakukan tahapan tersebut maka dapat diberikan rekomendasi terhadap aplikasi dimensi mana saja yang harus dipertahankan kualitas pelayanannya dan dimensi mana saja yang menjadi prioritas untuk diperbaiki. Berdasarkan pengujian, analisis serta pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian maka didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kepuasan pengguna aplikasi pegipegi berdasarkan penilaian terhadap dimensi-dimensi *e-service quality* menggunakan *Customer Satisfaction Index* untuk melihat kepuasan pengguna secara keseluruhan, dan telah diketahui bahwa perhitungan CSI berada di tingkat sangat memuaskan dengan nilai 86.93
2. Berdasarkan perhitungan gap analisis telah di dapat beberapa atribut pada dimensi yang menjadi prioritas dilakukan perbaikan adalah dimensi kompensasi adanya peningkatan kinerja mengenai sistem pengembalian uang atau *refund* saat ada kesalahan pemesanan, ataupun biaya penanganan produk. Kemudian pada dimensi *fullfilment* selalu memperbarui informasi mengenai promosi ataupun diskon secara akurat kepada pengguna aplikasi pegipegi. Dan terakhir dimensi daya tanggap, *contact service* harus lebih cepat dalam menanggapi keluhan pelanggan.

### B. Saran

Diharapkan kepada peneliti yang akan datang agar dapat melakukan penambahan dengan metode atau cara yang lain dalam penelitian, kemudian peneliti selanjutnya juga dapat melakukan perpaduan metode kuantitatif dan kualitatif, supaya dapat diketahui alasan dari setiap responden sebagai pengguna atau pelanggan aplikasi pegipegi. Responden yang didapat harus lebih diperluas, agar benar-benar mewakili jumlah keseluruhan pengguna aplikasi pegipegi.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. A. W. Tama, W. H. N. Putra, and N. H. Wardani, "Pengaruh E-Service Quality dan E-Recovery Service Quality melalui Perceived Value terhadap Loyalty Intentions ( Studi Kasus : Pengguna Aplikasi Traveloka )," vol. 3, no. 6, pp. 5282–5290, 2019.
- [2] S. R. K. Tambusai, Suharyono, and E. Pangestuti, "Pengaruh E-Service Quality Dan E-Recovery Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty," *J. Profit*, vol. 13, no. 2, pp. 73–80, 2019.
- [3] Sahrul, S. A. A. Hidayatullah, and E. L. Hadisaputro, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Aplikasi Gojek Dengan Metode PIECES Framework," vol. 2, pp. 47–53, 2019.
- [4] Bahriansyah and D. N. S. A. SM, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Pondok Losari Di

- Makassar,” vol. 3, no. 1, pp. 104–114, 2021.
- [5] A. E. Putri and Verinita, “Analisis Pengaruh E-Service Quality , E-Recovery Service Quality Terhadap Loyalitas Melalui Perceived Value Sebagai Variabel Mediasi ( Studi Pada Pelanggan Shopee di Kota Padang ),” vol. 4, no. 4, pp. 733–752, 2019.
- [6] F. Afifah, K. Komariah, and N. Norisanti, “Efektivitas E-Service Quality dan Customer Feedback terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Reddoorz,” vol. 9, no. 2, pp. 177–185, 2020.
- [7] 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.
- [8] M. Ermila Sari and A. Hermawansyah, “Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Jamride Berbasis Kerangka Kerja CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) Di PPU,” *J. Impresi Indones.*, vol. 1, no. 4, pp. 436–449, 2022, doi: 10.36418/jii.v1i4.61.
- [9] C. Jienardy, “Gap Analisis Persepsi dan Ekspektasi Konsumen Terhadap Kukalitas Layanan, Harga, Kualitas Produk Esus,” *J. Manaj. dan Start-Up Bisnis*, vol. 1, no. 6, pp. 703–710, 2017.
- [10] T. Chandra and D. Novia, “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfication Index(CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Optik ‘Jakarta’ Pekanbaru,” vol. 7, no. 2, 2019.
- [11] D. D. Wijayanti, F. Fatimah, and B. Santoso, “Analisis Tingkat Kepuasan Berdasarkan E-Service Quality Pelanggan Pada Toko Online ‘Tokopedia,’” pp. 1–8, 2019, [Online]. Available: <http://repository.unmuhjember.ac.id/6233/>.
- [12] G. Satriyono and M. D. Ruhamak, “Analisis Kesenjangan Antara Ekspektasi Konsumen Terhadap Persepsi Jasa Pelayanan ( Studi Kasus pada Bengkel Cat dan Las Mobil Warna Indah di Kediri ),” *J. Ekon. Univ. Kadiri* |, vol. 2, no. 2, pp. 142–151, 2017.
- [13] S. Hahn, B. Sparks, H. Wilkins, and X. Jin, “E-service Quality Management of a Hotel Website : A Scale and Implications for Management E-service Quality Management of a Hotel Website : A Scale and Implications for Management,” *J. Hosp. Mark. Manag.*, vol. 26, no. 7, pp. 694–716, 2017, doi: 10.1080/19368623.2017.1309612.
- [14] N. Arianto and J. Muhammad, “Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa,” *J. Semarak*, vol. 1, no. 1, pp. 107–115, 2018.
- [15] Junaidi, “Tabel r ( Koefisien Korelasi Sederhana ).” <http://junaidichaniago.wordpress.com>.