

# Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Konsumen Pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia

*Application of the Service Quality Method (Servqual) in Measuring the Level of Consumer Satisfaction at PT. Coca-Cola Amatil Indonesia*

**Maulidza Zahira<sup>a</sup>, Fujiati<sup>b</sup>**

<sup>a</sup>Maulidza Zahira, Lk 8 Pekan Labuhan, Medan, 20253, Indonesia

<sup>b</sup>JL.KL.Yos Sudarso Km,6.5 No.3-A, Tanjung Mulia, Tj,Kec. Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20241

E-mail: maulidzazahira99@gmail.com<sup>1</sup>, fuji.potensiutama@gmail.com<sup>2</sup>

---

## ABSTRAK

kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan penilaian. PT. Coca Cola Amatil Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur sales yang memproduksi berbagai minuman saat ini PT. Coca Cola Amatil Indonesia belum mempunyai sistem kepuasan konsumen yang berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan distribusi produk sehingga pihak perusahaan belum mengetahui tingkat kepuasan konsumen dari pelayanan dan produk yang sudah dihasilkan dan diciptakan oleh perusahaan. Service Quality (servqual) adalah sebagai alat diagnosis untuk memudahkan mengidentifikasi atribut-atribut yang didasarkan pada kepentingan masing-masing. apakah produk atau jasa tersebut berkinerja buruk atau berkinerja berlebih. Untuk mengatasi permasalahan tersebut PT. Coca Cola Amatil Indonesia sangat membutuhkan sistem untuk mengetahui tingkat kualitas layanan kinerja karyawan. Sistem yang akan dibuat menampilkan kuesioner yang nantinya akan diisi oleh konsumen PT. Coca Cola Amatil Indonesia Secara online.

**Kata Kunci :** Kepuasan Konsumen, PT. Coca Cola, Metode Service Quality

## ABSTRACT

Consumer satisfaction is the degree to which consumers feel pleasure or disappointment resulting from comparing the product's perceived performance (or outcome) with their expectations. Consumer satisfaction can be created through service quality and assessment. PT. Coca Cola Amatil Indonesia is a company engaged in manufacturing sales that produces various beverages at this time PT. Coca Cola Amatil Indonesia does not yet have a customer satisfaction system that is useful for improving the quality of service and product distribution so that the company does not yet know the level of customer satisfaction from services and products that have been produced and created by the company. Service Quality (servqual) is a diagnostic tool to make it easier to identify attributes based on their respective interests. whether the product or service is underperforming or overperforming. To overcome this problem, PT. Coca Cola Amatil Indonesia really needs a system to determine the level of service quality of employee performance. The system that will be made displays a questionnaire which will be filled out by consumers of PT. Coca Cola Amatil Indonesia Online.

**Keywords :** Consumer Satisfaction, PT. Coca Cola, Service Quality Method

---

Disubmit: 11 Januari 2023

Info Artikel :  
Direview: 02 Februari 2023

Diterima : 10 Maret 2023

---

Copyright © 2023 - Journal UPU. All rights reserved.

---

## 1. PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen dihasilkan dari proses perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau

kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan(atau hasil) dengan harapan mereka. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan penilaian.[1]

Saat ini PT. Coca Cola Amatil Indonesia belum ada sistem yang menangani masalah tentang kepuasan pelanggan sebab perusahaan belum pernah melakukan *survey* yang menjelaskan tentang tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pihak konsumen sebelumnya mengenai respon komponen terhadap segala dimensi yang ditawarkan seperti pelayanan dan harga, penjualan, kondisi. Respon yang dimaksud adalah apakah konsumen puas atau tidak. Berdasarkan pengamatan di lapangan dan hasil wawancara yang telah dilakukandengan orang yang pernah membeli produk PT.Coca Cola Amatil Indonesia diperoleh keterangan bahwa selain memiliki kelebihan juga memiliki beberapa kekurangan yang harus diperbaiki. Oleh, karena itu pihak PT.Coca Cola Indonesia harus mengetahui dan memperbaiki segala kekurangan yang ada.[2]

Sistem kepuasan konsumen yang dibuat dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode *Service Quality* (servqual). Sistem yang akan dibuat menampilkan kuesioner yang akan diisi oleh konsumen. Tujuan utama *Service Quality* (servqual) adalah sebagai alat diagnosis untuk memudahkan mengidentifikasi atribut-atribut yang didasarkan pada kepentingan masing-masing. apakah produk atau jasa tersebut berkinerja buruk atau berkinerja berlebih.[3]

Untuk mengatasi permasalahan tersebut PT. Coca Cola Amatil Indonesia sangat membutuhkan sistem untuk mengetahui tingkat kualitas layanan kinerja karyawan. Sistem yang akan dibuat menampilkan kuesioner yang nantinya akan diisi oleh konsumen PT. Coca Cola Amatil Indonesia Secara *online*. Dengan menerapkan metode *Service Quality* (servqual) berbasis web dengan menganalisis tiap-tiap dimensi yang akan dijadikan pertanyaan pada kuesioner yang dapat disajikan oleh PT. Coca Cola Amatil Indonesia adalah strategi dimensi kualitas jasa yang meliputi Reliabilitas (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), Bukti fisik (*tangibles*). Melalui strategi ini akan diketahui dimensi-dimensi apa saja yang mempengaruhi harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak PT. Coca Cola Amatil Indonesia.[4]

## 2. METODE

Adapun beberapa tahapan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### Metode Pengumpulan Data

Berikut ini adalah beberapa teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan untuk melengkapi bahan penelitian :

#### a. Pengamatan Langsung (*Observation*)

Melakukan pengamatan secara langsung ke tempat objek pembahasan yang ingin diperoleh yaitu bagian-bagian penting dalam pengambilan data seperti data konsumen dan dimensi-dimensi untuk kuesioner, pencatatan dan penilaian kepuasan konsumen.[5]

#### b. Wawancara (*Interview*)

Teknik ini digunakan secara langsung bertatap muka dengan pihak bersangkutan untuk mendapatkan informasi serta data penilaian kepuasan konsumen.

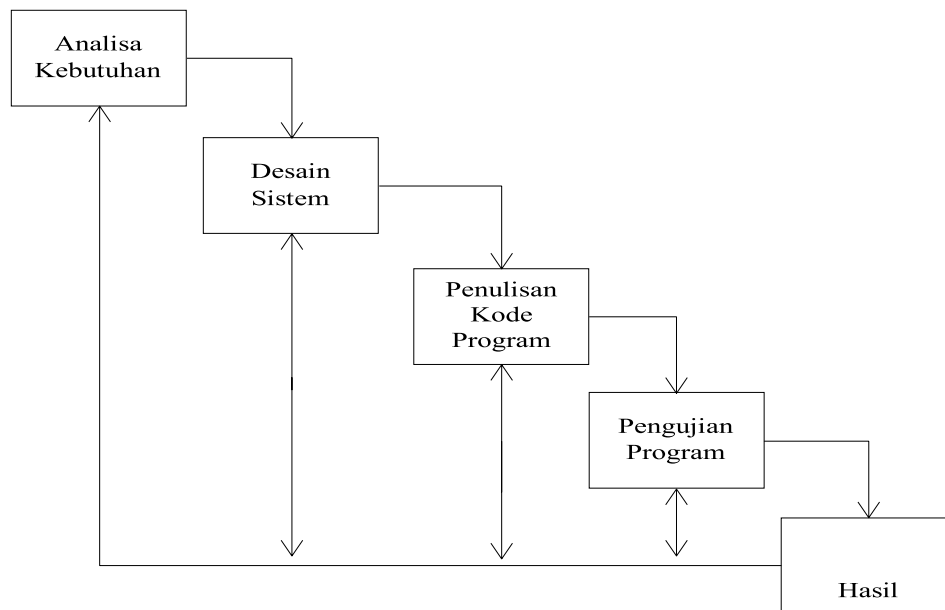
#### c. Sampel (*Sampling*)

Dalam sampel ini penulis meneliti dokumen apa yang dibutuhkan dalam pengambilan data yang sesuai dengan judul penulis yaitu menggunakan metode untuk merancang sistem kepuasan konsumen.

#### d. Penelitian Perpustakaan (*Library Research*)

Pada teknik ini penulis mengutip dari beberapa bacaan yang berkaitan dengan pelaksanaan penelitian. Bacaan yang dikutip dapat berupa teori atau pendapat dari beberapa bacaan. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan landasan teori yang kuat melalui buku-buku jurnal yang berhubungan dengan penulisan penelitian ini.

Langkah-langkah yang dilakukan penulis untuk mencapai tujuan perancangan ditunjukkan pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Diagram *Waterfall*

Keterangan :

1. **Analisis Kebutuhan**  
Pada tahap ini menganalisis sistem yang sedang berjalan khususnya data mengenai konsumen dan dimensi-dimensi kuesioner . Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data-data teori yang terkait dengan kepuasan konsumen dan metode *Service Quality*.
  - 1) Dalam memproses data pada perancangan sistem kepuasan konsumen menggunakan metode *Service Quality* adalah dengan menggunakan pemrograman PHP.
  - 2) *Database* yang digunakan sebagai media penyimpanan data dalam pembuatan sistem kepuasan konsumen.
2. **Desain Sistem**  
Pada tahap desain sistem peneliti melakukan pembuatan sistem kepuasan konsumen pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia dengan menggunakan model perancangan *Unified Modelling Language (UML)* yaitu *use case diagram*, *activity diagram*, *sequence diagram* dan *class diagram*.
3. **Penulisan Kode Program**  
Pada tahap ini desain sistem akan diimplementasikan ke dalam kode program. Penulisan kode program merupakan desain dalam bahasa yang bisa dikenali oleh komputer. Pemrograman dimulai dengan menggunakan pemrograman PHP dan menggunakan *database MySQL*.
4. **Pengujian Program**  
Pengujian program merupakan langkah yang dilakukan setelah penulisan kode program. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *blackbox testing*. *Blackbox testing* adalah metode pengujian perangkat lunak yang menguji fungsionalitas sistem yang bertentangan dengan struktur internal atau kerja. Pengetahuan khusus dari kode sistem/struktur internal dan pengetahuan pemrograman pada umumnya tidak diperlukan.
5. **Hasil**  
Pada tahap ini program akan diterapkan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen. Kemudian program akan secara otomatis menampilkan hasil berupa penilaian konsumen.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Studi Kasus

PT. Coca Cola Amatil Indonesia ingin mengetahui tingkat kepuasan konsumen dengan menerapkan metode *Service Quality (servqual)* akan membantu dalam pengumpulan data yang diambil melalui kuesioner. Menganalisis tiap-tiap variabel yang akan dijadikan pertanyaan pada kuesioner. *Variabel* kualitas pelayanan yang tercakup ke dalam lima dimensi Servqual, yaitu *Tangible* (Fasilitas Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiviness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan Kepastian) dan *Empaty* (Empati). Melalui ini akan diketahui dimensi-dimensi apa saja yang mempengaruhi Kinerja konsumen terhadap tingkat kepuasan konsumen pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia.

#### Identifikasi Responden

Gambaran umum responden diperoleh dari data kuesioner yang telah diisi konsumen. Berdasarkan hasil kuesioner kepuasan konsumen dari 80 responden pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia.

#### 1) Hasil Jawaban Responden

Diawali dengan perhitungan jawaban responden terhadap kepuasan konsumen dikumpulkan dari 80 responden dilihat dari Tabel 1

Tabel 1. Hasil Jawaban Seluruh Responden

| No. | PERTANYAAN                                                                                     | PENILAIAN |   |    |    |    | KINERJA |   |    |    |    |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---|----|----|----|---------|---|----|----|----|
|     |                                                                                                | 1         | 2 | 3  | 4  | 5  | 1       | 2 | 3  | 4  | 5  |
| A.  | <i>Tangible</i> / Fasilitas Fisik                                                              |           |   |    |    |    |         |   |    |    |    |
| 1   | Memiliki produk yang baik.                                                                     | 0         | 0 | 23 | 32 | 25 | 0       | 0 | 21 | 30 | 29 |
| 2   | Telah memiliki produk yang lengkap.                                                            | 0         | 0 | 21 | 37 | 22 | 0       | 0 | 24 | 34 | 22 |
| 3   | PT. Coca Cola Amatil Indonesia telah memiliki kualitas produk minuman sangat bagus.            | 0         | 0 | 27 | 32 | 21 | 0       | 0 | 30 | 27 | 23 |
| B.  | <i>Reliability</i> / Kehandalan                                                                |           |   |    |    |    |         |   |    |    |    |
| 1   | Karyawan memiliki keahlian dalam melayani konsumen.                                            | 0         | 0 | 23 | 38 | 19 | 0       | 0 | 26 | 35 | 19 |
| 2   | Karyawan memahami semua kualitas produk yang dijual.                                           | 0         | 0 | 25 | 22 | 33 | 0       | 0 | 28 | 24 | 28 |
| 3   | Karyawan memiliki komunikasi dan kerapian yang sopan.                                          | 0         | 0 | 77 | 3  | 0  | 0       | 0 | 43 | 31 | 6  |
| C.  | <i>Responsiviness</i> / Daya Tanggap                                                           |           |   |    |    |    |         |   |    |    |    |
| 1   | Karyawan bersedia mendengarkan keluhan dari konsumen.                                          | 0         | 0 | 28 | 52 | 0  | 0       | 0 | 38 | 37 | 5  |
| 2   | Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan dengan baik kepada konsumen.                     | 0         | 0 | 34 | 39 | 7  | 0       | 0 | 32 | 40 | 8  |
| 3   | Karyawan Indonesiaselalu dapat menyelesaikan keluhan konsumen.                                 | 0         | 0 | 25 | 51 | 4  | 0       | 0 | 28 | 42 | 10 |
| D.  | <i>Assurance</i> / Jaminan Kepastian                                                           |           |   |    |    |    |         |   |    |    |    |
| 1   | Karyawan selalu sabar menghadapi keluh kesan konsumen.                                         | 0         | 0 | 43 | 26 | 11 | 0       | 0 | 42 | 31 | 7  |
| 2   | karyawan dapat menyelesaikan keluhan konsumen                                                  | 0         | 0 | 19 | 56 | 5  | 0       | 0 | 23 | 50 | 7  |
| 3   | Karyawan dengan sabar memberi penjelasan mengenai produk apa saja yang ditanyai oleh konsumen. | 0         | 0 | 20 | 49 | 11 | 0       | 0 | 30 | 40 | 10 |
| E.  | <i>Emphaty</i> / Empati                                                                        |           |   |    |    |    |         |   |    |    |    |

|   |                                                                          |   |   |    |    |    |   |   |    |    |    |
|---|--------------------------------------------------------------------------|---|---|----|----|----|---|---|----|----|----|
| 1 | Karyawan selalu ingat terhadap permasalahan/keluhan konsumen sebelumnya. | 0 | 0 | 34 | 39 | 7  | 0 | 0 | 29 | 41 | 10 |
| 2 | Kesediaan karyawan untuk meminta maaf bila terjadi kesalahan.            | 0 | 0 | 21 | 50 | 9  | 0 | 0 | 20 | 47 | 13 |
| 3 | Karyawan memberikan perhatian individual kepada para konsumennya.        | 0 | 0 | 12 | 47 | 21 | 0 | 0 | 17 | 44 | 19 |

Keterangan : 1 : Sangat Tidak Puas, 2 : Tidak Puas, 3 : Cukup Puas, 4 : Puas, 5: Sangat Puas

“Isi dari kolom Penilaian dan Kinerja adalah jumlah pengisi kuesioner”.

Untuk menghitung koefisien korelasi digunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Koefisien Korelasi} = \text{Nilai Variabel} \times \text{Jumlah Responden}$$

Maka:

Tabel. 2 Jawaban koefisien korelasi seluruh responden

| No. | PERTANYAAN                                                                                     | PENILAIAN |   |     |     |     | KINERJA |   |     |     |     |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---|-----|-----|-----|---------|---|-----|-----|-----|
|     |                                                                                                | 1         | 2 | 3   | 4   | 5   | 1       | 2 | 3   | 4   | 5   |
| A.  | <i>Tangible / Fasilitas Fisik</i>                                                              |           |   |     |     |     |         |   |     |     |     |
| 1   | Memiliki produk yang baik.                                                                     | 0         | 0 | 69  | 128 | 125 | 0       | 0 | 63  | 120 | 145 |
| 2   | Telah memiliki produk yang lengkap.                                                            | 0         | 0 | 63  | 148 | 110 | 0       | 0 | 72  | 136 | 110 |
| 3   | PT. Coca Cola Amatil Indonesia telah memiliki kualitas produk minuman sangat bagus.            | 0         | 0 | 81  | 128 | 105 | 0       | 0 | 90  | 108 | 115 |
| B.  | <i>Reliability / Kehandalan</i>                                                                |           |   |     |     |     |         |   |     |     |     |
| 1   | Karyawan memiliki keahlian dalam melayani konsumen.                                            | 0         | 0 | 69  | 152 | 95  | 0       | 0 | 78  | 140 | 95  |
| 2   | Karyawan memahami semua kualitas produk yang dijual.                                           | 0         | 0 | 75  | 88  | 165 | 0       | 0 | 84  | 96  | 140 |
| 3   | Karyawan memiliki komunikasi dan kerapian yang sopan.                                          | 0         | 0 | 231 | 12  | 0   | 0       | 0 | 129 | 124 | 30  |
| C.  | <i>Responsiviness / Daya Tanggap</i>                                                           |           |   |     |     |     |         |   |     |     |     |
| 1   | Karyawan bersedia mendengarkan keluhan dari konsumen.                                          | 0         | 0 | 84  | 208 | 0   | 0       | 0 | 114 | 148 | 25  |
| 2   | Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan dengan baik kepada konsumen.                     | 0         | 0 | 102 | 156 | 35  | 0       | 0 | 96  | 160 | 40  |
| 3   | Karyawan Indonesiaselalu dapat menyelesaikan keluhan konsumen.                                 | 0         | 0 | 75  | 204 | 20  | 0       | 0 | 84  | 168 | 50  |
| D.  | <i>Assurance / Jaminan Kepastian</i>                                                           |           |   |     |     |     |         |   |     |     |     |
| 1   | Karyawan selalu sabar menghadapi keluhan kesan konsumen.                                       | 0         | 0 | 129 | 104 | 55  | 0       | 0 | 126 | 124 | 35  |
| 2   | karyawan dapat menyelesaikan keluhan konsumen .                                                | 0         | 0 | 57  | 224 | 25  | 0       | 0 | 69  | 200 | 35  |
| 3   | Karyawan dengan sabar memberi penjelasan mengenai produk apa saja yang ditanyai oleh konsumen. | 0         | 0 | 60  | 196 | 55  | 0       | 0 | 90  | 160 | 50  |
| E.  | <i>Emphaty / Empati</i>                                                                        |           |   |     |     |     |         |   |     |     |     |
| 1   | Karyawan selalu ingat terhadap permasalahan/keluhan konsumen sebelumnya.                       | 0         | 0 | 102 | 156 | 35  | 0       | 0 | 87  | 164 | 50  |

|   |                                                                   |   |   |    |     |     |   |   |    |     |    |
|---|-------------------------------------------------------------------|---|---|----|-----|-----|---|---|----|-----|----|
| 2 | Kesediaan karyawan untuk meminta maaf bila terjadi kesalahan.     | 0 | 0 | 63 | 200 | 45  | 0 | 0 | 60 | 188 | 65 |
| 3 | Karyawan memberikan perhatian individual kepada para konsumennya. | 0 | 0 | 36 | 188 | 105 | 0 | 0 | 51 | 176 | 95 |

Nilai Rata-Rata Gap Terhadap Kualitas Pelayanan *Konsumen*

Tabel 3 Nilai Rata-Rata Gap Kepuasan Konsumen

| No.                     | PERTANYAAN                                                                                     | PENILAIAN | KINERJA | NILAI GAP |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------|-----------|
| A.                      | <i>Tangible</i> / Fasilitas Fisik                                                              |           |         |           |
| 1                       | Memiliki produk yang baik.                                                                     | 4.03      | 4.10    | -0.07     |
| 2                       | Telah memiliki produk yang lengkap.                                                            | 4.01      | 3.98    | 0.03      |
| 3                       | Telah memiliki kualitas produk minuman sangat bagus.                                           | 3.93      | 3.91    | 0.02      |
| RATA- RATA TIAP DIMENSI |                                                                                                | 3,99      | 3,99    | 0         |
| B.                      | <i>Reliability</i> / Keandalan                                                                 |           |         |           |
| 1                       | Karyawan memiliki keahlian dalam melayani konsumen.                                            | 3,95      | 3.91    | 0.04      |
| 2                       | Karyawan memahami semua kualitas produk yang dijual.                                           | 4.10      | 4.00    | 0.10      |
| 3                       | Karyawan memiliki komunikasi dan kerapian yang sopan.                                          | 3.04      | 3.54    | -0.50     |
| RATA- RATA TIAP DIMENSI |                                                                                                | 3,69      | 3,81    | -0,12     |
| C.                      | <i>Responsiviness</i> / DayaTanggap                                                            |           |         |           |
| 1                       | Karyawan bersedia mendengarkan keluhan dari konsumen.                                          | 3.65      | 3.59    | 0.06      |
| 2                       | Karyawan memberikan informasi yang dibutuhkan dengan baik kepada konsumen.                     | 3.66      | 3.70    | -0.04     |
| 3                       | Karyawan selalu dapat menyelesaikan keluhan konsumen.                                          | 3.74      | 3.78    | -0.04     |
| RATA- RATA TIAP DIMENSI |                                                                                                | 3,68      | 3,69    | -0,01     |
| D.                      | <i>Assurance</i> / Jaminan Kepastian                                                           |           |         |           |
| 1                       | Karyawan selalu sabar menghadapi keluhan konsumen.                                             | 3.60      | 3.56    | 0.04      |
| 2                       | karyawan dapat menyelesaikan keluhan konsumen .                                                | 3.83      | 3.80    | 0.03      |
| 3                       | Karyawan dengan sabar memberi penjelasan mengenai produk apa saja yang ditanyai oleh konsumen. | 3.89      | 3.75    | 0.14      |
| RATA- RATA TIAP DIMENSI |                                                                                                | 3,77      | 3,70    | 0,07      |
| E.                      | <i>Emphaty</i> / Empati                                                                        |           |         |           |
| 1                       | Karyawan selalu ingat terhadap permasalahan/keluhan konsumen sebelumnya.                       | 3.66      | 3.76    | -0.10     |
| 2                       | Kesediaan karyawan untuk meminta maaf bila terjadi kesalahan.                                  | 3.85      | 3.91    | -0.06     |

|                        |                                                                   |      |      |       |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------|------|------|-------|
| 3                      | Karyawan memberikan perhatian individual kepada para konsumennya. | 4.11 | 4.03 | 0.08  |
| RATA-RATA TIAP DIMENSI |                                                                   | 3.85 | 3.9  | -0.05 |

#### Nilai Rata-Rata Gap Berdasarkan Lima Dimensi *Service Quality*

Berikut adalah hasil perhitungan dari nilai rata-rata berdasarkan lima dimensi *servqual* (Service Quality), untuk menghitung nilai *servqual* dilakukan dengan cara:

$$\text{Nilai Service Quality (Servqual)} = \text{Nilai Penilaian} - \text{Nilai Kinerja}$$

a) *Tangible* / Fasilitas Fisik

$$\text{Nilai Service Quality (Servqual)} = 3,99 - 3,99 = -0,07$$

b) *Reliability* / Keandalan

$$\text{Nilai Service Quality (Servqual)} = 3,69 - 3,81 = -0,12$$

c) *Responsiviness* / Daya Tanggap

$$\text{Nilai Service Quality (Servqual)} = 3,68 - 3,69 = -0,01$$

d) *Assurance* / Jaminan Kepastian

$$\text{Nilai Service Quality (Servqual)} = 3,77 - 3,70 = 0,07$$

e) *Emphaty* / Empati

$$\text{Nilai Service Quality (Servqual)} = 3,85 - 3,9 = -0,05$$

$$\text{Nilai Rata-Rata GAP} = 3,94 + 3,69 + 3,68 + 3,77 + 3,85 / 5 = 3,80$$

$$\text{Nilai Rata-Rata GAP} = 3,99 + 3,81 + 3,69 + 3,70 + 3,9 / 5 = 3,82$$

$$\text{Nilai GAP} = 3,80 - 3,82 = 0,04$$

| No.             | PERTANYAAN                           | PENILAIAN | KINERJA | NILAI GAP |
|-----------------|--------------------------------------|-----------|---------|-----------|
| A.              | <i>Tangible</i> / Fasilitas Fisik    | 3,99      | 3,99    | 0         |
| B.              | <i>Reliability</i> / Keandalan       | 3,69      | 3,81    | -0,12     |
| C.              | <i>Responsiviness</i> / Daya Tanggap | 3,68      | 3,69    | -0,01     |
| D.              | <i>Assurance</i> / Jaminan Kepastian | 3,77      | 3,70    | 0,07      |
| E.              | <i>Emphaty</i> / Empati              | 3,85      | 3,9     | -0,05     |
| TOTAL RATA-RATA |                                      | 3,80      | 3,82    | -0,02     |
| TOTAL           |                                      | -0,02     |         |           |

Tabel 4. Nilai Kepuasan

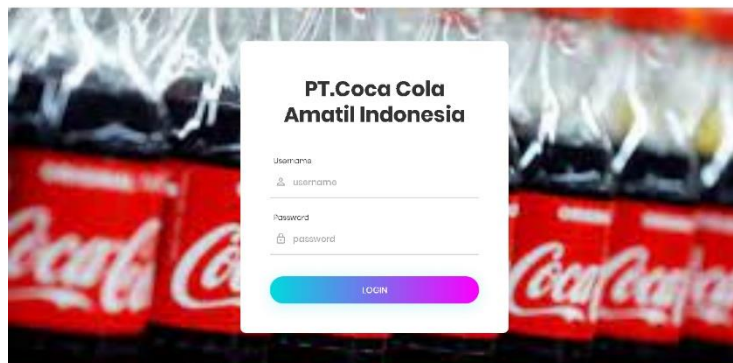
| No. | Nilai      | Penjelasan        |
|-----|------------|-------------------|
| 1   | 0% - 20%   | Sangat Tidak Puas |
| 2   | 21% - 40%  | Tidak Puas        |
| 3   | 41% - 60%  | Cukup Puas        |
| 4   | 61% - 80 % | Puas              |
| 5   | 81% - 100% | Sangat Puas       |

Berdasarkan Tabel 5 dan Tabel 6 di atas dapat terlihat bahwa nilai rata-rata tingkat kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat tidak puas terhadap dimensi kepuasan konsumen PT. Coca Cola Amatil Indonesia dengan nilai Gap sebesar -0,02 atau 2%  
Adapun tampilan hasil aplikasi yang di rancang adalah sebagai berikut :

1. Tampilan Pelanggan

a) Tampilan *Login*

Tampilan ini merupakan halaman *login*. Halaman ini berisi *username* dan *password* yang akan diisi oleh *konsumen* saat mengakses aplikasi. Halaman ini dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini:

Gambar 2. Tampilan Halaman *Login*

b) Tampilan Halaman Utama

Tampilan ini merupakan tampilan halaman utama. Halaman ini berisi kuesioner yang akan diisi oleh Konsumen. Tampilan ini dapat dilihat pada Gambar 3 berikut ini:



Gambar 3. Tampilan Halaman Utama

## 2. Tampilan Halaman Kuesioner

Tampilan ini merupakan halaman kuesioner. Halaman ini berisi data Konsumen dan kuesioner yang akan diisi oleh Konsumen. Halaman ini dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini :

Gambar 4. Tampilan Halaman Kuesioner

## 3. Tampilan Aplikasi Untuk Admin

### a) Tampilan Halaman Data Pertanyaan

Tampilan ini merupakan halaman data pertanyaan. Halaman ini berisi data dimensi kuesioner. Halaman ini admin bisa menambah, mengedit, menghapus data pertanyaan. Halaman ini dapat dilihat pada gambar 5 berikut ini:

| No | ID Pertanyaan | Dimensi             | Pertanyaan                                                                     | Aksi                                       |
|----|---------------|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| 1  | P001          | Reality / Keandalan | CV. Razaki Pancing telah memiliki ruangan yang bersih dan terawat              | <a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a> |
| 2  | P002          | Reality / Keandalan | CV. Razaki Pancing telah memiliki peralatan pancing yang lengkap               | <a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a> |
| 3  | P003          | Reality / Keandalan | CV. Razaki Pancing telah memiliki kualitas peralatan pancing yang sangat bagus | <a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a> |

Gambar 5. Tampilan Halaman Data Pertanyaan

### b) Tampilan Halaman Data Dimensi

Tampilan ini merupakan halaman data dimensi. Halaman ini berisi data dimensi kuesioner. Halaman ini admin bisa menambah, mengedit, menghapus data dimensi. Halaman ini dapat dilihat pada gambar 6 berikut ini:

PT. COCA COLA AMATIL

Home / Kuesioner

Data Dimensi

Show 10 entries

| No | ID Dimensi | Dimensi                       | Aksi                                       |
|----|------------|-------------------------------|--------------------------------------------|
| 1  | X1         | Realibility / Kehandalan      | <a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a> |
| 2  | X2         | Assurance / Jaminan           | <a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a> |
| 3  | X3         | Responsiveness / Days Tanggap | <a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a> |
| 4  | X4         | Tangible / Bukti Langsung     | <a href="#">Edit</a> <a href="#">Hapus</a> |

Gambar 6. Tampilan Halaman Data Dimensi

## c) Tampilan Halaman Data Konsumen

Tampilan ini merupakan halaman data Konsumen. Halaman ini berisi data Konsumen yang telah mengisi kuesioner. Halaman ini admin bisa detail, cetak, hapus data Konsumen. Halaman ini dapat dilihat pada gambar 7 berikut ini:

PT. COCA COLA AMATIL

Home / Data Konsumen

Data Konsumen

Show 10 entries

| No | Nama Konsumen | Jenis Kelamin | Usia     | Pekerjaan         | Tanggal Isi      | Aksi                                                               |
|----|---------------|---------------|----------|-------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------|
| 1  | ahmad         | Laki-Laki     | 23 Tahun | Pedagang          | 16 Januari 2021  | <a href="#">Cetak</a> <a href="#">Detail</a> <a href="#">Hapus</a> |
| 2  | aidi          | Laki-Laki     | 23 Tahun | Tidak Berkerja    | 21 Desember 2021 | <a href="#">Cetak</a> <a href="#">Detail</a> <a href="#">Hapus</a> |
| 3  | rudi          | Laki-Laki     | 23 Tahun | Pegawai Swasta    | 19 Februari 2021 | <a href="#">Cetak</a> <a href="#">Detail</a> <a href="#">Hapus</a> |
| 4  | cici          | Perempuan     | 23 Tahun | Pegawai Swasta    | 21 April 2021    | <a href="#">Cetak</a> <a href="#">Detail</a> <a href="#">Hapus</a> |
| 5  | edli          | Laki-Laki     | 23 Tahun | Pelajar/Mahasiswa | 01 Februari 2021 | <a href="#">Cetak</a> <a href="#">Detail</a> <a href="#">Hapus</a> |
| 6  | aidi          | Laki-Laki     | 23 Tahun | Pelajar/Mahasiswa | 16 Desember 2020 | <a href="#">Cetak</a> <a href="#">Detail</a> <a href="#">Hapus</a> |

Gambar 7. Tampilan Halaman Data Konsumen

## d) Tampilan Halaman Perhitungan Kuesioner

Tampilan ini merupakan halaman perhitungan kuesioner. Halaman ini berisi hasil perhitungan kuesioner yang telah di isi oleh Konsumen. Halaman ini dapat dilihat pada gambar 8 berikut ini:

LOGO

ADMIN

Home

Kuesioner

Hasil Kuesioner

Data Konsumen

Laporan

Perhitungan Kuesioner

Home / Hasil Kuesioner

| NO              | DIMENSI                | PERTANYAAN                                                                                   | PERSEPSI |    |    |   |    | Rata- |     |    |    |   | HARAPAN |      |     |    |    | Rata- |      |      |  |  |
|-----------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----|----|---|----|-------|-----|----|----|---|---------|------|-----|----|----|-------|------|------|--|--|
|                 |                        |                                                                                              | STP      | TP | CP | P | SP | Rata  | STP | TP | CP | P | SP      | Rata | STP | TP | CP | P     | SP   | Rata |  |  |
| 1               | Realibity / Kehandalan | CV. Rizeki Pancing telah memiliki ruangan yang bersih dan terawat                            | 0        | 0  | 0  | 0 | 7  | 5.00  | 7   | 0  | 0  | 0 | 0       | 0    | 0   | 0  | 0  | 0     | 0    | 1.00 |  |  |
| 2               | Realibity / Kehandalan | CV. Rizeki Pancing telah memiliki peralatan pancing yang lengkap.                            | 0        | 0  | 0  | 0 | 7  | 5.00  | 7   | 0  | 0  | 0 | 0       | 0    | 0   | 0  | 0  | 0     | 1.00 |      |  |  |
| 3               | Realibity / Kehandalan | CV. Rizeki Pancing telah memiliki kualitas peralatan pancing yang sangat Kehandalan (bagus). | 0        | 0  | 0  | 0 | 7  | 5.00  | 7   | 0  | 0  | 0 | 0       | 0    | 0   | 0  | 0  | 0     | 1.00 |      |  |  |
| Total Rata-Rata |                        |                                                                                              | 0        | 0  | 0  | 0 | 21 | 9.00  | 21  | 0  | 0  | 0 | 0       | 0    | 0   | 0  | 0  | 0     | 1.00 |      |  |  |

Copyright Junarti Sitobus

Universitas Potensi Utama

Gambar 8. Tampilan Halaman Perhitungan Kuesioner

- e) Tampilan Halaman Perhitungan Metode Servqual  
Tampilan ini merupakan halaman perhitungan metode Servqual. Halaman ini berisi hasil perhitungan metode Servqual. Halaman ini dapat dilihat pada gambar 9 berikut ini:

| NO              | DIMENSI                | PERTANYAAN                                                                      | PERSEPSI | HARAPAN | NILAI GAP |
|-----------------|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|-----------|
| 1               | Realibity / Kehandalan | CV. Rizeki Pancing telah memiliki ruangan yang bersih dan terawat               | 5.00     | 1.00    | 4.00      |
| 2               | Realibity / Kehandalan | CV. Rizeki Pancing telah memiliki peralatan pancing yang lengkap.               | 5.00     | 1.00    | 4.00      |
| 3               | Realibity / Kehandalan | CV. Rizeki Pancing telah memiliki kualitas peralatan pancing yang sangat bagus. | 5.00     | 1.00    | 4.00      |
| Total Rata-Rata |                        |                                                                                 | 5.00     | 1.00    | 4.00      |
| Total           |                        |                                                                                 | 4.00     |         |           |

Maka hasil dari perhitungan metode service quality diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen Puas terhadap dimensi kepuasan konsumen PT. Coca Cola Amatil Indonesia dengan nilai Gap Sebesar adalah 4.00.

Gambar 9. Tampilan Halaman Perhitungan Metode Servqual

- f) Tampilan Laporan Data Perhitungan Metode Servqual  
Tampilan ini merupakan tampilan laporan data pengisian Servqual. merupakan *print out* data Konsumen dari perhitungan Metode Servqual. Halaman ini dapat dilihat pada gambar 10 berikut ini:

PT. Coca Cola Amatil Indonesia  
LAPORAN HASIL PERHITUNGAN SERVQUAL

| NO              | DIMENSI                                                                                                  | PERSEPSI | HARAPAN | Nilai GAP |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|-----------|
| 1               | Realibily / CV. Raski Pancing telah memiliki ruangan yang<br>Kehadiran / bersih dan terawat              | 5.00     | 1.00    | 4.00      |
| 2               | Realibily / CV. Raski Pancing telah memiliki peralatan pancing<br>Kehadiran / yang lengkap               | 5.00     | 1.00    | 4.00      |
| 3               | Realibily / CV. Raski Pancing telah memiliki kualitas pelayanan<br>Kehadiran / pancing yang sangat bagus | 5.00     | 1.00    | 4.00      |
| Total Rata-Rata |                                                                                                          | 5.00     | 1.00    | 4.00      |
| Total           |                                                                                                          |          |         | 4.00      |

Maka hasil dari perhitungan metode service quality diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen Pusi terhadap dimensi kepuasan konsumen CV. Raski Pancing, dengan nilai Gap Score adalah 4.00.

Print 1 sheet of paper

Destination: Microsoft Print to PDF

Pages: All

Layout: Portrait

Color: Color

More settings

Print Cancel

Gambar 10. Tampilan Laporan Data Perhitungan Servqual

#### 4. KESIMPULAN

1. Dengan menentukan dimensi-dimensi pada kuesioner penelitian di PT. Coca Cola Amatil Indonesia memudahkan konsumen dalam melakukan penilaian terhadap kuesioner yang diberikan.
2. Dengan menerapkan metode *Service Quality (Servqual)* dalam perancangan sistem kepuasan konsumen pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia, diharapkan dapat membantu PT. Coca Cola Amatil Indonesia untuk menghasilkan laporan kepuasan konsumen yang di hitung dari hasil pengisian kuesioner.
3. Dengan adanya aplikasi kepuasan konsumen pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia untuk mengukur kualitas pelayanan jasa, dapat mengetahui apakah konsumen puas atau tidak puas dengan pelayanan yang diberikan.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing dan Universitas Potensi Utama yang telah banyak memberikan masukan dan saran dalam penyelesaian Penelitian ini.

#### REFERENSI

- [1] Handono, F. W., Nurdin, H., & Sumarna, S. (2019). Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Pada CV Jia Pradana dengan Metode Servqual. *JUSTIN (Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi)*, 7(3), 154-159.
- [2] Purnama, A., & Sailah, I. (2017). Peningkatan Tingkat Kepuasan Dosen Terhadap Kualitas Pelayanan Pelatihan Jurnal Berkualitas Melalui Metode Servqual. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 418-433.
- [3] Putra, A. D. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan Event Organizer XYZ menggunakan Metode Service Quality. *Respati*, 13(2).
- [4] Rahmiati, Z., Wijaya, I. G. P. S., & Irmawati, B. (2019). Sistem Analisa Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kegiatan Belajar Mengajar pada PSTI Unram dengan Menggunakan Metode Service Quality. *Jurnal Teknologi Informasi, Komputer, dan Aplikasinya (JTika)*, 1(1), 31-40.

- 
- [5] Setyoningrum, N. R. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Ujian Akhir Semester (Siuas) Menggunakan Metode Service Quality (Servqual). *Jurnal Bangkit Indonesia*, 7(2), 33-33.
- [6] Marzuq, N. H., & Andriani, H. (2022). Hubungan Service Quality terhadap Kepuasan Pasien di Fasilitas Pelayanan Kesehatan: Literature Review. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 13995-14008.
- [7] Saragih, M. G. (2019). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan): Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan). *Jurnal Mantik*, 3(1), 190-195.
- [8] Muharam, H., Chaniago, H., Endraria, E., & Harun, A. B. (2021). E-service quality, customer trust and satisfaction: market place consumer loyalty analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 8(2), 237-254.