

Penggunaan *Fuzzy Servqual* Untuk Pengukuran Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan Dompot Digital

Anastasia Siwi Fatma Utami^{1,*}, Feri Prasetyo²

^{1,2} Program Studi Sistem Informasi Akuntansi Universitas Bina Sarana Informatika; Jalan Kramat Raya No 98 Senen Jakarta Pusat; e-mail: anastasia.asf@bsi.ac.id, feri.fpo@bsi.ac.id

* Korespondensi: e-mail: anastasia.asf@bsi.ac.id

Diterima: 7 Maret 2021; Review: 12 Maret 2021; Disetujui: 18 Maret 2021, 117-126

Cara sitasi: Anastasia Siwi Fatma Utami, Feri Prasetyo, 2021. Penggunaan Fuzzy Sefqual Untuk Pengukuran Peningkatan Pelayanan Dopot digital. *Informatics for Educators and Professionals*. Vol.5 (2): halaman.117-126

Abstrak: Konsep Non Tunai Pada kegiatan Transaksi sangat di gandrungi oleh para milenial saat ini, karena yang parktis dan efisien memudahkan setiap aktifitas transaksi. Berkembangnya teknologi pada *smartphone* membuat transaksi non tunai dapat dengan mudah digunakan oleh siapapun dengan adanya layanan Dompot Digital. Ada banyak penyedia jasa layanan Dompot Digital, yaitu, Go-Pay, Ovo, Dana. Aktifitas dari proses tersebut maka perlu dilakukan proses ukur kepuasan pemakai kepada penilaian mutu layanan yang disediakan oleh pihak penyedia jasa layanan, agar dapat mengolah persepsi fitur-fitur yang paling dibutuhkan oleh pelanggan serta strategi yang harus diterapkan agar dapat terus bersaing dan memberi dampak positif bagi pelanggan. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode *Fuzzy Servqual*. Sampel dari penelitian ini adalah warga Kota Bekasi yang menggunakan layanan Dompot Digital. Pengukuran dilakukan berdasarkan 5 Kwalitas layanan yaitu, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*. Kelima proses diatas merupakan kualitas pelayanan yang menunjukkan hasil *gap* negatif antara pelayanan yang diterima dan pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan. Sementara *Customer Satisfaction Index* (CSI) menghasilkan nilai yang dapat dikategorikan kedalam kriteria "Puas".

Kata kunci: Dompot Digital, *Fuzzy Servqual*, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

Abstracct: Non-cash transactions are increasingly being used because they provide convenience and speed in conducting transactions. The development of technology on smartphones makes non-cash transactions can be easily used by anyone with the Digital Wallet service. There are many Digital Wallet service providers, namely, Go-Pay, Ovo, Dana and many more. With this service, it is necessary to measure customer satisfaction with the quality of services provided so that service providers know the features that are most needed by customers and strategies that must be implemented in order to continue to compete and have a positive impact on customers. This research was conducted using the Fuzzy Servqual method. The sample of this research is Bekasi City residents who use Digital Wallet services. Measurements were made based on five dimensions of service quality namely reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles. The five dimensions of service quality indicate a negative gap between the service received and the service expected by the customer. While the Customer Satisfaction Index (CSI) produces a value that can be categorized into the "Satisfied" criteria.

Keywords: Customer Satisfaction , Digital Wallet, Fuzzy Servqual, Service Quality,

1. Pendahuluan

Kegiatan jual beli tidak lepas dari proses pembayaran kegiatan finansial telah terjadi banyak "inovasi" di sistem pembayaran [1] kegiatan atas jual beli dengan konsep Tatap muka maupun non tatap muka. Penggunaan Alat pembayaran dari proses tukar menukar barang ke masa yang menggunakan uang hingga saat ini, proses pembayaran mengalami perubahan ke arah yang lebih praktis dan efisien [2]. Dulu pemenggunaan system tuka menukar dingga proses berlanjut ke mata uang. Dunia kini semakin berkembang berkat teknologi yang bergerak sangat cepat membuat perubahan di segala bidang terutama pada transaksi pembayaran, hingga berkembangnya uang didalam sebuah kartue-maoney dan saat ini uang dalam bertuk kartu sedikit demi sedikit akan tergantika dengan barcode, Zaman sekarang masyarakat karena lebih mudah dan efisien.

Seiring dengan perkembangan teknologi dalam dunia perbankan, uang dapat berbentuk dalam angka digital. Prosedur menggunakannya sangat mudah, Kita dapat mengakses dengan mudah melalui mesin anjungan tunai, penggunaan aplikasi perbankan di smartphone, computer yang terhubung ke internet.

Menurut mengatakan [3] "Pemerintah melalui Bank Indonesia mendorong pembayaran non tunai dengan maksud dan tujuan untuk memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi tanpa membawa uang tunai, menekan beredarnya jumlah uang palsu, menekan biaya *handling* (biaya pengelolaan) uang tunai, memperkuat *good governance* dan menciptakan transparansi serta mendorong perluasan akses perbankan untuk kepentingan masyarakat, oleh karena itu pemerintah mendukung Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk mempercepat terciptanya *less cash society* melalui Gerakan Nasional Non Tunai".

Berkembangnya teknologi *smartphone* saat ini [4], menambah semakin efektifnya kegiatan manusi seperti munculnya pembayaran elektronik atau non tunai dapat dilakukan dengan mudah melalui penyedia layanan Dompot Digital. Kita dapat menyimpan dan menggunakan uang digital dengan aman dan sangat mudah, yang dapat digunakan untuk pembayaran transaksi belanja *online*, *off line* maupun jasa transportasi *online* [5]. Sudah banyak *merchant* atau pedagang yang bekerjasama dengan penyedia layanan Dompot Digital ini.

Menurut [5] mengemukakan bahwa "Di Indonesia memang tersedia perusahaan yang menawarkan jasa dompet elektronik akan tetapi penyedia jasanya adalah perusahaan lokal. Di Indonesia, salah satu perusahaan yang menawarkan dompet elektronik adalah Go-Pay. Go-pay itu sendiri adalah salah satu layanan yang ditawarkan oleh perusahaan induknya yaitu Go-Jek".

Pemilik perusahaan dalam negri seperti *Go-Pay* membawa kemudahan di dunia pembayaran digital [6] penyedia lain seperti OVO, Dana serta masih banyak lagi sangat bermanfaat untuk mengurangi penggunaan uang. Terutama pada sector bisnis digital [7] semu berlomba lomba dalam keunggulan aplikasi digitalnya, banyaknya kegiatan promo, serta potongan diskon besar yang bias menarik pelanggan, serta untuk tujuan alhir nya yaitu bagai mana pelanggan bias menggunakan aplikasi tersebut dengan tanpa pilih pilih prosuk siap yang paling baik terutama untuk akses pembayaran digital , dan ujungnya adalah keuntungan bagi perusahaan tersebut, Perusahaan yang kuat bertahan mampu mengikuti persaingan dan update dalam inovasi [8]

2. Metode Penelitian

Bahan

Agar kegiatan menjadi Optimal proses pengisian penrtataan d pendapat dilakukan dengan memberikan form lembar jawabab invidu terhadap pgunan aplikasi dompet digital di mana populasi warga kpta dengan Rumus Slovin agar sampel mudah di identifikasi.

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2} \quad \text{Rumus Slovin .(1)}$$

$$n = \frac{3.013.851}{1 + 3.013.851(0,1)^2}$$

$$n = 99,997 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Sumber:[9]

Metode Penelitian
Uji Data Penelitian

Pengujian Validitas

Validitas instrumen diuji dengan menggunakan “korelasi skor butir dengan skor total *Spearman Rank*”. Konsep pengujian dengan melakukan “ r hitung dengan r tabel”. Jika di dapat r hitung > r tabel proses rangkaian instrumen dianggap “valid”, selain proses tersebut di nasumsikan bahwa jika r hitung < r tabel dinyatakan “tidak valid”, proses selanjutnya dapat di gunakan untuk kegiatan ini

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad \text{Rumus Instrumen uji(2)}$$

Sumber: [10]

Pengujian Reliabilitas

Cronbach’s alpha, ukuran nilai yang memiliki kisaran nol – satu konsep pengukuran ini dilakukan agar ukuran sesuai dan konsisten,.

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\} \quad \text{Rumus reliabilitas (3)}$$

Sumber : [10]

Analisa Fuzzy Servqual

Mengolah Data Kuesioner

Pengolahan dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan mengajukan beberapa pernyataan yang di beri peringkat terdapat pelanggan yang menggunakan dompet digital dengan skala *likert*.

Fuzzy Set

Fuzzy Set digunakan sebagai parameter perhitungan bobot skor [11] “pencampuran kombinasi dari komponen kebutuhan yang ada dimana keanggotanya dapat berubah dalam set tersebut.

Fuzzyfikasi

Perhitungan nilai *fuzzyfikasi* persepsi dan ekspektasi pelanggan dilakukan dengan menentukan nilai *Triangular Fuzzy Number (TFN)*. Sebuah *Triangular Fuzzy Number (TFN)* dinyatakan dengan M = (a,b,c) dengan (a) adalah batas tengah, (b) adalah batas atas, dan (c) adalah batas bawah. Pada tahap ini data dari kuesioner responden akan diolah untuk mendapatkan nilai batas bawah (c), batas tengah (a), dan batas atas (b). Untuk dapat menghitung nilai *fuzzifikasi* maka dibutuhkan rata-rata perolehan skor pada penyebaran kuesioner. Proses mentransformasikan data pengamatan ke dalam bentuk himpunan Fuzzy [12]

Defuzzyfikasi

Defuzzyfikasi digunakan untuk mendapatkan suatu nilai tunggal yang representatif [12] untuk melakukan konfersi dalam bentuk fuzzy set kebilangan real :

$$\mu A \cap B \cap C = (\mu A + \mu B + \mu C) / 3 \quad \text{.....(4)}$$

Arithmetic Mean rangkaian nilai yang di bagi dengan banyaknya data, di mana dalam menentukan opsi mencari nilai a b dan c dengan membagi opsi tersebut

Perhitungan nilai Servqual (Gap)

Pengukuran dengan melakukan nilai kesenjangan sehingga dari masing masing nilai di temukan selisih atau gap dari setiap dimensi yang akan di ukur. “*selisih dari* perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima oleh pelanggan [13]

Perhitungan *servqual* didapat dengan menghitung selisih antara nilai *defuzzyfikasi* persepsi dengan *defuzzyfikasi* harapan.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Untuk mengetahui puas atau tidaknya pengguna secara menyeluruh konsep tersebut dengan melihat keterkaitan antara kepentingan dengan atribut dari produk atau jasa

Model pengukuran CSI ini menurut Stafford dalam [14], melalui tahapan perhitungan sebagai berikut :

- 1). *Weighting Factor (WF)*
- 2). *Weighted Score (WS)*
- 3). *Weighted Total (WT)*
- 4). *Satisfaction Index*

Sedangkan hasil dari keputusan yang memilih rangkaian pernyataan tersebut dapat ditentukan dengan membuat beberapa pilihan kriteria agar opsi pilihannya sesuai dengan keinginan pemilih dan mudah diterapkannya dimana kriterianya yang di ambil antara lain

- 1). 0,00 – 0,34 = Dengan Kriteria Asumsi “Tidak Puas”
- 2). 0,35 – 0,50 = Dengan Kriteria Asumsi “Kurang Puas”
- 3). 0,51 – 0,65 = Dengan Kriteria Asumsi “Cukup Puas
- 4). 0,66 – 0,80 = Dengan Kriteria Asumsi “Puas
- 5). 0,81 – 1,00 = Dengan Kriteria Asumsi “Sangat Puas”

3. Hasil dan Pembahasan

Identifikasi Indikator – Indikator Dalam Kepuasan Pelanggan

Di Kelompokkan berdasarkan lima indikator agar proses identifikasi sesuai harapan pelanggan dan mudah untuk di ambil kesimpulan

Tabel 1. Identifikasi Indikator – indikator

No	Indikator	Indikator kepuasan pelanggan
<i>Bukti fisik (tangibles)</i>		
1	X1	Memiliki tampilan yang menarik
2	X2	Memiliki desain yang mudah dipahami
3	X3	Memiliki fitur pembayaran yang lengkap
4	X4	Menyediakan fitur transfer antar pengguna atau bank
5	X5	Memiliki kunci keamanan ganda
<i>Kehandalan (reliability)</i>		
6	X6	Mudah dalam melakukan isi ulang (<i>top up</i>)
7	X7	Kecepatan dalam transaksi
8	X8	Dapat digunakan di setiap toko atau merchant
9	X9	Terdapat promo menarik
<i>Daya tanggap (responsiveness)</i>		
10	X10	Ketersediaan kontak layanan pelanggan (<i>customer service</i>)
11	X11	Menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat
<i>Jaminan (assurance)</i>		
12	X12	Memiliki jaminan keamanan penyimpanan
13	X13	Terdapat dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK)
<i>Empati (empathy)</i>		
14	X14	Memiliki fitur pembayaran berjangka
15	X15	Dapat digunakan selama 24 jam

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Hasil Uji Validitas

Keakuratan kuesioner sangat di butuhkan dalam proses ini sehingga kevalidannya dapat di sesuaikan dengan sampel yang akan di buat

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Persepsi Pelanggan

Indikator Persepsi	r hitung	r tabel	Hasil
X1	0,606	0,1654	Valid
X2	0,6026	0,1654	Valid
X3	0,6522	0,1654	Valid
X4	0,5684	0,1654	Valid
X5	0,6183	0,1654	Valid
X6	0,5366	0,1654	Valid
X7	0,6419	0,1654	Valid
X8	0,5742	0,1654	Valid

Indikator Persepsi	r hitung	r tabel	Hasil
X9	0,5461	0,1654	Valid
X10	0,6977	0,1654	Valid
X11	0,6651	0,1654	Valid
X12	0,7741	0,1654	Valid
X13	0,5492	0,1654	Valid
X14	0,6451	0,1654	Valid
X15	0,5826	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Ekspektasi Pelanggan

Indikator Ekspektasi	r hitung	r tabel	Hasil
X1	0,5652	0,1654	Valid
X2	0,7269	0,1654	Valid
X3	0,8151	0,1654	Valid
X4	0,7118	0,1654	Valid
X5	0,8062	0,1654	Valid
X6	0,6386	0,1654	Valid
X7	0,6833	0,1654	Valid
X8	0,7524	0,1654	Valid
X9	0,6047	0,1654	Valid
X10	0,8361	0,1654	Valid
X11	0,7981	0,1654	Valid
X12	0,8237	0,1654	Valid
X13	0,7314	0,1654	Valid
X14	0,6517	0,1654	Valid
X15	0,6511	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Berdasarkan pengujian validitas tersebut, semua data dalam kuesioner dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel, dimana r tabel bernilai 0,1654.

Hasil Uji Reliabilitas

Pada pengujian reliabilitas, kuesioner diuji dengan menggunakan metode *Cronbach alpha*. *Cronbach alpha*, mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk. Nilai alpha harus lebih besar dari 0,60 [15]

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Pelanggan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100
	Excluded ^a	0	0
	Total	100	100

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,882	15

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Ekspektasi Pelanggan

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100
	Excluded ^a	0	0
	Total	100	100

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,982	15

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Tabel 6. Kesimpulan Uji Reliabilitas Kuesioner

Kuesioner	Nilai Alpha	Keterangan
Persepsi	0,882	Reliabel
Ekspektasi	0,932	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Dari hasil uji reliabilitas persepsi dan ekspektasi pelanggan diperoleh nilai *alpha* masing-masing $> 0,60$ maka dapat dinyatakan bahwa kuesioner sudah reliabel.

Fuzzyfikasi

Penggunaan *Triangular Fuzzy Number* (TFN) dinyatakan dengan $M = (a,b,c)$. persepsi dan ekspektasi jawaban pelanggan

Tabel 7. Fuzzyfikasi Persepsi Pelanggan

X	TFN		
	c	a	b
X1	6,88	8,38	9,88
X2	7,12	8,62	10,12
X3	6,84	8,34	9,84
X4	6,92	8,42	9,92
X5	7,02	8,52	10,02
X6	7,9	9,4	10,9
X7	7,52	9,02	10,52
X8	5,96	7,46	8,96
X9	7,44	8,94	10,44
X10	6,68	8,18	9,68
X11	6,08	7,58	9,08
X12	6,64	8,14	9,64
X13	6,74	8,24	9,74
X14	6,5	8	9,5
X15	7,74	9,24	10,74

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Tabel 8. Fuzzyfikasi Ekspektasi Pelanggan

X	TFN		
	c	a	b
X1	7,82	9,32	10,82
X2	8,04	9,54	11,04
X3	7,7	9,2	10,7
X4	7,86	9,36	10,86
X5	7,7	9,2	10,7
X6	8,2	9,7	11,2
X7	8,14	9,64	11,14
X8	7,44	8,94	10,44
X9	7,98	9,48	10,98
X10	7,54	9,04	10,54
X11	7,48	8,98	10,48
X12	7,7	9,2	10,7
X13	7,6	9,1	10,6
X14	6,98	8,48	9,98
X15	8,4	9,9	11,4

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Defuzzyfikasi

Perhitungan Nilai *Defuzzyfikasi* Persepsi Pelanggan

Nilai *defuzzyfikasi* didapatkan berdasarkan rumus yang telah dijelaskan diatas. Sementara hasil pemeringkatan di ambil dari nilai paling tinggi ke nilai paling kecil

Tabel 9. Defuzzyfikasi Persepsi Pelanggan

Indikator	Defuzzifikasi	Rangking
X6	9,4	1
X15	9,24	2
X7	9,02	3
X9	8,94	4

X2	8,62	5
X5	8,52	6

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Didapat nilai persepsi atau kinerja tertinggi dari kualitas sistem pelayanan Dompot Digital kepada pelanggan yaitu indikator X6 “Mudah dalam melakukan isi ulang (*top up*)” dengan nilai 9,4. Sementara untuk nilai persepsi atau kinerja terendah yaitu indikator X8 “Dapat digunakan di setiap toko atau *merchant*” dengan nilai 7,46.

Perhitungan Nilai Defuzzyfikasi Ekspektasi Pelanggan

Seperti pada kategori persepsi, nilai *defuzzyfikasi* didapatkan berdasarkan rumus yang telah dijelaskan sebelumnya. Perolehan pemeringkatan di ambil dari nilai terbesar sampai terkecil

Tabel 10. Defuzzyfikasi Ekspektasi Pelanggan

Indikator	Defuzzifikasi	Rangking
X15	9,9	1
X6	9,7	2
X7	9,64	3
X2	9,54	4
X9	9,48	5
X4	9,36	6
X1	9,32	7
X3	9,2	8
X5	9,2	9
X12	9,2	10
X13	9,1	11
X10	9,04	12
X11	8,98	13
X8	8,94	14
X14	8,48	15

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Diperoleh perhitunga ekspektasi pengguna setelah di combine dalam *defuzzyfikasi*, didapat nilai ekspektasi atau harapan tertinggi dari kualitas sistem pelayanan kepada pelanggan yaitu indikator X15 “Dapat digunakan selama 24 jam” dengan nilai 9,9. Sementara untuk nilai ekspektasi atau harapan terendah yaitu indikator X14 “Memiliki fitur pembayaran berjangka” dengan nilai 8,48.

Perhitungan Gap Servqual

Perhitungan nilai *Gap Servqual* Antar Indikator

Perbandingan Nilai *Gap Servqual* persepsi dengan ekspektasi dapat di gunakan untuk mengakumulasi keinginan pengguna terhadap produsen yang mengembangkan aplikasi pembayaran tersebut

Tabel 11. Perhitungan Gap Servqual Antar Indikator

Indikator	Defuzzifikasi		GAP	Ranking
	Persepsi	Ekspektasi		
X6	9,4	9,7	-0,3	1
X14	8	8,48	-0,48	2
X9	8,94	9,48	-0,54	3
X7	9,02	9,64	-0,62	4
X15	9,24	9,9	-0,66	5
X5	8,52	9,2	-0,68	6
X3	8,34	9,2	-0,86	7
X13	8,24	9,1	-0,86	9
X10	8,18	9,04	-0,86	8
X2	8,62	9,54	-0,92	10
X4	8,42	9,36	-0,94	12
X1	8,38	9,32	-0,94	11
X12	8,14	9,2	-1,06	13
X11	7,58	8,98	-1,4	14
X8	7,46	8,94	-1,48	15

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Dari data diatas diketahui lima indikator yang perlu menjadi perhatian untuk ditingkatkan, dengan rincian:

- 1). Dapat digunakan disetiap toko atau merchant dengan *gap* sebesar -1,48.
- 2). Menanggapi keluhan pelanggan dengan cepat dengan *gap* sebesar -1,4.
- 3). Memiliki jaminan keamanan penyimpanan dengan *gap* sebesar -1,06.
- 4). Menyediakan fitur transfer antar pengguna atau bank dengan *gap* sebesar -0,94.
- 5). Memiliki tampilan yang menarik dengan *gap* sebesar -0,94.

Perhitungan nilai *Gap Servqual* antar Dimensi

melihat selisih antara persepsi dan ekspektasi pelanggan yang telah dijumlahkan per kelompok dimensi. Dapat di tentukan pemeringkatan dari rangking tertinggi dingga terendah

Tabel 12. Perhitungan *Gap Servqual* antar Dimensi

Indikator	Defuzzifikasi		GAP	Ranking
	Persepsi	Ekspektasi		
<i>Empati (empathy)</i>				
X14	8	8,48		
X15	9,24	9,9		
Jumlah	17,24	18,38	-1,14	1
<i>Jaminan (assurance)</i>				
X12	8,14	9,2		
X13	8,24	9,1		
Jumlah	16,38	18,3	-1,92	2
<i>Daya tanggap (responsiveness)</i>				
X10	8,18	9,04		
X11	7,58	8,98		
Jumlah	15,76	18,02	-2,26	3
<i>Kehandalan (reliability)</i>				
X6	9,4	9,7		
X7	9,02	9,64		
X8	7,46	8,94		
X9	8,94	9,48		
Jumlah	34,82	37,76	-2,94	4
<i>Bukti fisik (tangibles)</i>				
X1	8,38	9,32		
X2	8,62	9,54		
X3	8,34	9,2		
X4	8,42	9,36		
X5	8,52	9,2		
Jumlah	42,28	46,62	-4,34	5

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Dari hasil perhitungan *gap* antar dimensi menunjukkan hasil bahwa seluruh dimensi bernilai *gap* negatif yang artinya pelanggan tidak mendapatkan kepuasan dari apa apa yang di harapkannya jika nilai negatifnya besar maka nilai kesenjanganya semaink jauh

Tabulasi di atas bahwa dimensi yang memperoleh selisih nilai negatif terbesar adalah Bukti fisik (*tangibles*) dengan *gap* mencapai -4,34 sehingga dimensi tersebut yang paling banyak mendapat nilai ketidakpuasan dari pelanggan. Jika dilakukan perangkingan *gap* antar dimensi dari nilai *gap* negatif terbesar yaitu:

- 1). Bukti fisik (*tangibles*) dengan jumlah *gap* -4,34.
- 2). Kehandalan (*reliability*) dengan jumlah *gap* -2,94.
- 3). Daya tanggap (*responsiveness*) dengan jumlah *gap* -2,26.
- 4). Jaminan (*assurance*) dengan jumlah *gap* -1,92.
- 5). Empati (*empathy*) dengan jumlah *gap* -1,14.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Setelah melalui tahap-tahap pengukuran CSI yang diolah dengan program komputer *Microsoft Excel*, diperoleh hasil sebagai berikut dimana "X : Tingkat Kinerja" dan "Y : Tingkat Harapan

Tabel 13. Customer Satisfaction Index (CSI)

No	X	Y	WF (%)	WS
1	3,94	4,41	6,7	0,26
2	4,06	4,52	6,87	0,28

3	3,92	4,35	6,61	0,26
4	3,96	4,43	6,73	0,27
5	4,01	4,35	6,61	0,27
6	4,45	4,6	6,99	0,31
7	4,26	4,57	6,95	0,3
8	3,48	4,22	6,41	0,22
9	4,22	4,49	6,82	0,29
10	3,84	4,27	6,49	0,25
11	3,54	4,24	6,44	0,23
12	3,82	4,35	6,61	0,25
13	3,87	4,3	6,54	0,25
14	3,75	3,99	6,06	0,23
15	4,37	4,7	7,14	0,31
Total	59,49	65,79	100	3,975
Satisfaction Index			79,50%	

Sumber: Hasil Penelitian (2021)

Simpulan pada tabel tersebut, perolehan indeks kepuasan pelanggan Dompot Digital yang ada di Kota Bekasi sebesar 79,50 % dan masuk kedalam kriteria "PUAS" (0,66 - 0,80).

4. Kesimpulan

Simpulan yang didapat, penerapan pada metode *Fuzzy Servqual* inelentasi kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan dapat di terapkan dengan metode ini, dimana aplikasi kinerja dari Dompot Digital diukur sesuai dengan indicator yang sudah ditentukan harapan yang di dapat pelanggan kepuasan pelanggan dapat di Analisa dengan akurat. 5 gap perhitungan dari indicator yang sudah di berikan menunjukkan negatipdi asumsikan belum sesuai dengan harapan pengguna, didapat 5 dimensi kualitas layanan, bukti fisik (*tangibles*) menunjukkan adanya *gap* paling rendah yaitu -4,34. Sehingga dimensi ini perlu dievaluasi dan ditingkatkan lagi kualitas pelayanannya. Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) menunjukkan bahwa indeks kepuasan pelanggan mencapai 79,50% dan masuk dalam kategori "PUAS".

Referensi

- [1] R. Sari, Kartik, Desi, Setiawati, Sri, Iriani, "Analisis Pengaruh Transaksi Pembayaran Non Tunai Terhadap Jumlah Uang Beredar Di Indonesia," *Journals Econ. Dev. Issues*, vol. 3, pp. 361–376, 2020.
- [2] R. Tazkiyyaturrohman, "Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern," *J. Muslim Herit.*, vol. 3, pp. 21–39, 2018.
- [3] B. Syafii, Indra, Aditi, "Analisis Inovasi Produk, Proses dan Administrasi terhadap Kepuasan Nasabah melalui Implementasi Sistem Pembayaran yang Efektif dan Efisien dalam Mendukung Gerakan Nasional Non Tunai di Indonesia," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 5, pp. 35–50, 2017.
- [4] E. Daeng, Maria, Trivena, Intan, Mewengkang, N,N, Kalesaran R, "Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado," *J. acta diurna*, vol. VI, pp. 1–15, 2017.
- [5] A. Priyono, "Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay," vol. 21, no. 1, pp. 88–106, 2017, doi: 10.20885/jsb.vol21.iss1.art6.
- [6] Z. Indra, Sukma, Rofikoh, "Transaksi E-Money Terhadap Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Perspektif Ekonomi Syariah," *J. Al Ahkam*, vol. 15, pp. 49–58, 2019.
- [7] B. Harto, "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Servqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Di Bengkel Resmi BAJAJ Padang)," vol. 3, no. 1, 2015.
- [8] M. Pitoy, Vanesha, Claudia, Altje, Tubbel, Tielung, "Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 03 Tahun 2016 Claudia Vanesha Pitoy Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Usahabisnis document Solution (Studi Kasus Padapt. Astragraphia, Tbk Manado)," *J. Berk. Ilm. Efisiensi*, vol. 16, pp. 302–312, 2016.
- [9] Wahyudi, *Statistika Ekonomi*. UB Pres, 2017.
- [10] Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, 2017.
- [11] H. Irawan, Dedi, Muhammad, "Implementasi Logika Fuzzy Dalam Menentukan Jurusan Bagi Siswa Baru Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) Negeri 1 Air Putih," *J. Teknol.*

- Informasi*), vol. 2, pp. 129–137, 2018.
- [12] S. Batubara, “Analisis Perbandingan Metode Fuzzy Mamdani Dan Fuzzy Sugeno Untuk Penentuan Kualitas Cor Beton Instan,” *IT J. Res. Dev.*, vol. 2, pp. 1–11, 2017.
- [13] G. Yuniar, Suci, Sri, Arijanto, Sugih, Liansari, Permata, “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket Berdasarkan Hasil Pengukuran Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) Di PT.X,” *J. Online Inst. Teknol. Nas.*, vol. 2, pp. 98–109, 2014.
- [14] A. Hanif, “Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Pengguna E-Commerce Di Indonesia,” in *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (SIMNASIPTEK) 2016*, 2016, p. A-1-A-9.
- [15] F. Bahri, Syamsul, Zamzam, *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-AMOS*. Jogjakarta: deppublish, 2014.