

INTEGRASI SERVQUAL, ZONE OF TOLERANCE, DAN MODEL FISHBEIN UNTUK MENGUKUR KEPUASAN PELANGGAN JASA LAUNDRY

Norita Sinaga^{1*}, Simon Simarmata², dan Elga Legianti³

¹Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspitak No. 46, Buaran, Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15310, Indonesia
e-mail: dosen03146@unpam.ac.id, dosen02300@unpam.ac.id, elgalegianti@gmail.com

Abstract

This study evaluates service quality and customer attitudes at M Laundry by integrating SERVQUAL, the Zone of Tolerance (ZOT), and the Fishbein multi-attribute model. A quantitative descriptive survey obtained 50 complete responses from an estimated population of 150 customers. Because a complete sampling frame and randomization records were unavailable, the responses were treated as a voluntary nonprobability sample. Twenty-five attributes were assessed on five-point scales for adequate, perceived, and desired service. The perception and expectation scales were valid and reliable, with Cronbach's alpha values of 0.960 and 0.912. Mean perceived service was 4.28, while desired service was 4.46, producing an overall gap of -0.18. Parking capacity had the largest gap (-0.44), whereas on-time completion had the smallest (-0.06). All attributes remained within the ZOT, and the Fishbein score of 476.80 indicated a positive attitude. The expectation score was used as a proxy for Fishbein evaluation. Improvements should prioritize parking and handover arrangements, pickup and delivery services, and order-status communication, with the A1 gap targeted at ≥ -0.20 in the next evaluation cycle.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengukur kualitas layanan dan sikap pelanggan pada M Laundry dengan mengintegrasikan SERVQUAL, Zone of Tolerance (ZOT), dan model multiatribut Fishbein. Penelitian menggunakan desain deskriptif kuantitatif dengan 50 pelanggan yang memberikan respons lengkap dari estimasi populasi 150 pelanggan. Instrumen memuat 25 atribut pada lima dimensi SERVQUAL dan dinilai menggunakan skala Likert 1–5 untuk layanan minimum, layanan yang dirasakan, serta layanan yang diharapkan. Skala persepsi dan harapan dinyatakan valid dan memiliki reliabilitas sangat baik, dengan Cronbach's alpha masing-masing 0,960 dan 0,912. Nilai rata-rata layanan yang dirasakan sebesar 4,28, sedangkan harapan sebesar 4,46, sehingga gap SERVQUAL keseluruhan adalah -0,18. Gap terbesar terdapat pada atribut keluasan tempat parkir (-0,44), sedangkan gap terkecil terdapat pada ketepatan waktu pengerjaan (-0,06). Berdasarkan perbandingan pada skala asli, seluruh 25 atribut berada di dalam ZOT: kinerja melampaui batas minimum, tetapi belum mencapai layanan yang diharapkan. Skor sikap Fishbein sebesar 476,80 berada pada kategori positif atau suka. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dinilai tinggi dan dapat diterima, tetapi belum optimal. Prioritas perbaikan diarahkan pada penataan titik serah-terima dan parkir, penguatan layanan antar-jemput, serta komunikasi status pesanan, dengan target memperkecil nilai absolut gap A1 menjadi tidak lebih dari 0,20 (setara dengan gap $\geq -0,20$) pada siklus evaluasi berikutnya.

Keywords: Fishbein; Jasa Laundry; Kepuasan Pelanggan; SERVQUAL; Zone of Tolerance.

1. PENDAHULUAN

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam mempertahankan pelanggan pada usaha jasa karena pelanggan menilai tidak hanya hasil akhir, tetapi juga keandalan proses, respons petugas, jaminan, empati, dan kondisi fasilitas. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berhubungan positif dengan kepuasan, sedangkan kepuasan dapat memperkuat loyalitas dan retensi pelanggan [1], [2]. Pola tersebut juga terlihat pada layanan ritel, usaha mikro, layanan berbasis aplikasi, dan layanan

kesehatan, walaupun karakter operasional setiap sektor berbeda [3]–[8].

Dibandingkan layanan jasa lain, laundry menangani barang milik pelanggan sehingga kegagalan proses langsung menimbulkan risiko fungsional dan kepercayaan. Friksi utama bukan hanya mutu hasil cuci, tetapi juga ketepatan waktu pengerjaan, pakaian hilang, rusak atau tertukar, kerapian, aroma, dan penyelesaian keluhan. Studi pada ABC Laundry mendokumentasikan friksi tersebut dan menemukan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi masih disertai atribut prioritas yang belum maksimal [9]. Karena itu, pengukuran pada M

Laundry perlu memisahkan penilaian agregat yang tampak baik dari kelemahan operasional pada atribut tertentu, terutama akses serah-terima, waktu proses, keamanan pakaian, dan komunikasi ketika terjadi penyimpangan layanan.

Permasalahan operasional serupa muncul pada beragam jasa yang menuntut ketepatan, akses, dan respons. Sistem penilaian berbasis SERVQUAL pada usaha kafe dapat memperlihatkan bagian layanan yang masih harus ditingkatkan [10], sedangkan evaluasi kereta komuter menunjukkan pentingnya membandingkan realisasi dengan harapan dan standar minimum [11]. Studi pelayanan publik dan pendidikan juga menempatkan fasilitas, waktu tunggu, kanal keluhan, dan kemudahan akses sebagai penentu pengalaman pengguna [12], [13]. Temuan lintas sektor ini digunakan sebagai penguat konseptual, sedangkan konteks laundry tetap menjadi dasar utama penentuan atribut penelitian.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengukur gap kualitas layanan M Laundry; (2) menentukan posisi setiap atribut di dalam, di bawah, atau di atas ZOT; (3) menilai sikap pelanggan dengan model Fishbein; dan (4) merumuskan prioritas perbaikan operasional berdasarkan hasil ketiga analisis.

2. PENELITIAN YANG TERKAIT

SERVQUAL membandingkan layanan yang dirasakan dengan layanan yang diharapkan melalui dimensi bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Pendekatan ini mampu mengidentifikasi kesenjangan pada tingkat atribut meskipun skor kinerja absolut sudah tinggi [14]. Penggabungan SERVQUAL dengan Kano, Importance Performance Analysis, Potential Gain in Customer Value, atau metode keputusan juga menunjukkan bahwa pemeringkatan atribut diperlukan agar sumber daya perbaikan diarahkan pada kebutuhan yang paling mendesak [15]–[17]. Perbedaan pengaruh antar-dimensi, seperti empati dan daya tanggap yang lebih menentukan dibandingkan dimensi lain, menegaskan bahwa kelima dimensi tidak selalu memiliki bobot praktis yang sama [18].

Zone of Tolerance melengkapi analisis gap dengan membedakan layanan minimum yang memadai (*adequate service*) dan layanan yang diinginkan (*desired service*). Layanan yang dirasakan di bawah batas minimum dipandang tidak memadai; layanan di antara kedua batas tersebut masih dapat diterima; sedangkan layanan di atas batas yang diinginkan berpotensi menghasilkan pengalaman superior. Integrasi SERVQUAL dan ZOT telah digunakan untuk membedakan atribut tidak memuaskan dari atribut yang masih berada dalam rentang toleransi [19]. Pada layanan digital pendidikan tinggi, ZOT juga memberi informasi prioritas yang tidak terlihat jika penilaian hanya menggunakan satu skor kinerja [20]. Bagi laundry, batas minimum

penting karena pelanggan dapat masih menerima keterbatasan fasilitas fisik, tetapi tidak selalu menoleransi kegagalan yang menyangkut keamanan pakaian atau kepastian waktu.

Selain gap dan rentang toleransi, sikap keseluruhan pelanggan perlu dianalisis. Model multiatribut Fishbein menggabungkan kekuatan kepercayaan terhadap kinerja atribut dengan evaluasi kepentingan atribut tersebut. Model ini telah digunakan untuk menilai sikap konsumen pada layanan berbasis aplikasi dan mampu merangkum penilaian banyak atribut ke dalam satu skor sikap [21], [22]. Dalam penelitian ini, Fishbein diposisikan sebagai pembobot makna dari persepsi atribut: sikap positif dapat muncul ketika atribut relasional yang dinilai penting berkinerja baik, walaupun atribut fisik tertentu masih memiliki gap. Dengan demikian, SERVQUAL menjawab seberapa besar kesenjangan, ZOT menjawab apakah kinerja masih dapat diterima, dan Fishbein menjawab arah sikap pelanggan secara keseluruhan.

Perkembangan layanan digital memperlihatkan bahwa kecepatan respons, stabilitas proses, pemenuhan janji, dan kejelasan komunikasi tetap menjadi sumber gap meskipun medianya berbeda [23], [24]. Teknologi dan layanan pelanggan yang terintegrasi juga berkontribusi terhadap kinerja dan retensi [25]. Pada laundry skala lingkungan, prinsip tersebut dapat diterapkan secara proporsional melalui pencatatan status pesanan, konfirmasi waktu selesai, identifikasi pakaian, dan layanan antar-jemput, tanpa mengabaikan interaksi personal sebagai kekuatan usaha kecil.

Kajian terdahulu lebih sering menggabungkan SERVQUAL dengan Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index, Kano, atau metode pengambilan keputusan. Kajian yang mengintegrasikan SERVQUAL, ZOT, dan Fishbein pada atribut yang sama dalam konteks laundry masih terbatas. Kebaruan penelitian ini terletak pada pembacaan tiga lapis: besarnya gap, posisi kinerja terhadap batas minimum dan harapan, serta sikap pelanggan setelah mempertimbangkan evaluasi atribut.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain, Populasi, dan Sampel

Penelitian ini merupakan studi kasus deskriptif kuantitatif pada M Laundry yang berlokasi di BSD, Kota Tangerang Selatan. Populasi target diperkirakan sebanyak 150 pelanggan aktif dan tidak aktif berdasarkan catatan pelanggan dan riwayat transaksi yang digunakan untuk memperkirakan jumlah pelanggan. Tautan kuesioner daring disampaikan kepada pelanggan yang dapat dihubungi dan menghasilkan 50 respons lengkap yang digunakan dalam analisis. Arsip penelitian tidak memuat daftar final seluruh anggota populasi, nomor urut pemilihan, serta dokumentasi proses randomisasi dan nonrespons.

Oleh karena itu, klaim simple random sampling tidak dipertahankan; sampel diperlakukan sebagai sampel respons sukarela nonprobabilitas. Jumlah 50 responden merupakan jumlah respons lengkap, bukan hasil rumus penarikan sampel probabilistik, sehingga proporsi 33,3% hanya menunjukkan cakupan deskriptif dan tidak menjamin representativitas populasi. Analisis dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics 24 untuk pengujian instrumen dan Microsoft Excel untuk rekapitulasi SERVQUAL, ZOT, serta Fishbein.

Responden terdiri atas 26 perempuan (52%) dan 24 laki-laki (48%). Kelompok usia terbesar adalah 37-48 tahun sebanyak 20 orang (40%). Berdasarkan pekerjaan, 23 responden merupakan wiraswasta (46%), 10 pegawai negeri (20%), 9 pelajar atau mahasiswa (18%), dan 8 ibu rumah tangga (16%). Keragaman profil tersebut memberi konteks bahwa pelanggan laundry memiliki kebutuhan waktu, fasilitas, serta pola interaksi yang berbeda.

3.2 Instrumen dan Pengujian Kualitas Data

Instrumen terdiri atas 25 atribut yang dikelompokkan ke dalam lima dimensi SERVQUAL. Setiap atribut dinilai pada skala Likert 1–5 untuk tiga tingkat layanan: minimum yang masih dapat diterima, layanan yang benar-benar dirasakan, dan layanan yang diharapkan. Ketiga kolom dijawab oleh 50 responden yang sama. Dalam analisis Fishbein, rata-rata layanan yang dirasakan digunakan sebagai skor kepercayaan atribut (b_i), sedangkan rata-rata layanan yang diharapkan pada atribut yang sama dioperasikan sebagai skor evaluasi atau kepentingan (e_i). Dengan demikian, penelitian tidak menggunakan skala kepentingan keempat yang terpisah. Pembagian atribut dan keluaran analisis disajikan pada Tabel I.

Tabel I. Struktur Instrumen Penelitian

Dimensi	Atribut	Jumlah	Fokus pengukuran
Bukti fisik	A1-A9	9	Fasilitas, kebersihan, peralatan, administrasi, harga, keamanan
Keandalan	A10-A15	6	Ketepatan waktu, hasil cuci/setrika, pengepakan, pengharum, antar-jemput
Daya tanggap	A16-A19	4	Kecepatan, keluhan, komunikasi, informasi waktu selesai
Jaminan	A20-A21	2	Keamanan barang dan tanggung jawab atas kerusakan/kehilangan
Empati	A22-A25	4	Keramahan, hubungan pelanggan, umpan balik, kesopanan

Sumber: Data penelitian diolah (2026).

Validitas butir diuji menggunakan korelasi Pearson antara skor butir dan skor total. Dengan $n = 50$ dan derajat bebas 48 pada taraf signifikansi 5%, nilai r -tabel yang digunakan adalah 0,279. Butir dinyatakan valid apabila r -hitung > r -tabel. Konsistensi internal instrumen diuji menggunakan Cronbach's alpha dengan batas penerimaan 0,60.

3.3 Teknik Analisis

Gap SERVQUAL untuk atribut ke- i dihitung dengan $G_i = P_i - D_i$, dengan P_i sebagai rata-rata layanan yang dirasakan dan D_i sebagai rata-rata layanan yang diharapkan. Nilai negatif menunjukkan bahwa kinerja belum mencapai tingkat layanan yang diinginkan. Analisis dilakukan pada tingkat atribut, dimensi, dan keseluruhan.

Lebar Zone of Tolerance dihitung dengan $ZOT_i = D_i - A_i$, dengan A_i sebagai rata-rata layanan minimum yang masih dapat diterima. Posisi layanan diklasifikasikan pada skala asli: $P_i < A_i$ berarti di bawah ZOT; $A_i \leq P_i \leq D_i$ berarti di dalam ZOT; dan $P_i > D_i$ berarti di atas ZOT. Klasifikasi pada skor asli digunakan agar batas minimum dan batas yang diharapkan tetap terbaca secara langsung.

Sikap keseluruhan dihitung menggunakan $A_o = \Sigma(b_i e_i)$, dengan b_i sebagai skor kepercayaan terhadap kinerja atribut yang berasal dari kolom persepsi dan e_i sebagai skor evaluasi atribut yang berasal dari kolom harapan responden yang sama. Pemakaian kolom harapan sebagai proksi evaluasi memungkinkan hasil Fishbein dibandingkan langsung dengan SERVQUAL, tetapi tidak setara dengan pengukuran kepentingan melalui instrumen independen. Karena terdapat 25 atribut dan masing-masing komponen berskala 1–5, skor minimum teoritis adalah 25, skor maksimum 625, dan lebar lima kelas interpretasi adalah $(625 - 25)/5 = 120$. Skor 25–145 dikategorikan sangat negatif, lebih dari 145–265 negatif, lebih dari 265–385 netral, lebih dari 385–505 positif, dan lebih dari 505–625 sangat positif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Seluruh 25 butir pengukuran harapan dan persepsi memiliki r -hitung di atas 0,279 sehingga dinyatakan valid. Nilai Cronbach's alpha untuk skala harapan sebesar 0,912 dan untuk skala persepsi sebesar 0,960; keduanya jauh di atas batas 0,60. Hasil ini menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik dan mendukung penggunaan skor rata-rata dalam analisis SERVQUAL, ZOT, dan Fishbein. Tahap pengujian instrumen penting dilakukan sebelum interpretasi gap karena kualitas kesimpulan bergantung pada kestabilan pengukuran atribut layanan [14].

Tabel II. Ringkasan Pengujian Instrumen

Komponen	Kriteria	Hasil	Keputusan
Validitas harapan (25 butir)	$r > 0,279$	Seluruh butir memenuhi	Valid
Validitas persepsi (25 butir)	$r > 0,279$	Seluruh butir memenuhi	Valid
Reliabilitas harapan	$\alpha > 0,60$	$\alpha = 0,912$	Reliabel
Reliabilitas persepsi	$\alpha > 0,60$	$\alpha = 0,960$	Reliabel

Sumber: Data penelitian diolah (2026).

4.2 Gap SERVQUAL

Rata-rata layanan yang dirasakan adalah 4,28 dari skala 5 atau setara 85,6% dari skor maksimum. Nilai ini menunjukkan penilaian kinerja yang tinggi. Namun, rata-rata layanan yang diharapkan mencapai 4,46 sehingga gap keseluruhan sebesar -0,18. Seluruh atribut memiliki gap negatif, yang berarti tidak ada atribut yang menyamai atau melampaui tingkat layanan yang diinginkan pelanggan. Gap negatif tidak langsung berarti layanan ditolak, karena skor kinerja absolut tetap tinggi dan harus dibaca bersama batas toleransi. Pola serupa ditemukan pada penelitian sebelumnya [14], yaitu skor aktual berada pada klasifikasi baik meskipun gap persepsi-harapan tetap negatif.

Tabel III. Hasil SERVQUAL dan Batas Layanan Menurut Dimensi

Dimensi	Minimum	Persepsi	Harapan	Gap
Bukti fisik	3,68	4,21	4,41	-0,20
Keandalan	3,89	4,32	4,47	-0,15
Daya tanggap	3,92	4,26	4,43	-0,17
Jaminan	3,79	4,36	4,53	-0,17
Empati	3,85	4,34	4,52	-0,18
Keseluruhan	3,80	4,28	4,46	-0,18

Sumber: Data penelitian diolah (2026).

Catatan: gap dimensi pada tabel dihitung dari selisih nilai persepsi dan harapan yang ditampilkan hingga dua desimal. Oleh karena itu, gap daya tanggap adalah $4,26 - 4,43 = -0,17$.

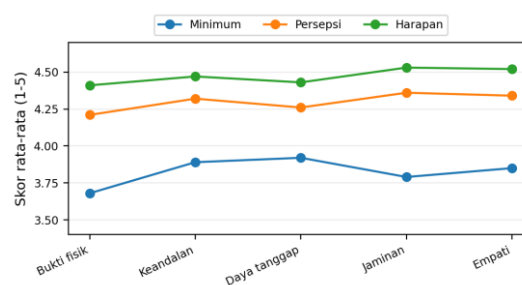
Dimensi bukti fisik memiliki gap rata-rata terbesar (-0,20), terutama karena A1 tentang keluasan tempat parkir memperoleh persepsi 3,64 dan harapan 4,08, menghasilkan gap -0,44. Nilai tersebut merupakan gap terbesar di antara 25 atribut. Prioritas berikutnya adalah A15 tentang kepuasan terhadap layanan penjemputan dan penghantaran (-0,26), diikuti A4 tentang penggunaan detergen khusus mesin cuci, A16 tentang kecepatan pelayanan, dan A18 tentang penjelasan komunikatif, masing-masing -0,22. Sebaliknya, A10 tentang ketepatan waktu pengerjaan memiliki gap terkecil (-0,06), menunjukkan kesesuaian paling dekat dengan harapan pelanggan.

Rendahnya A1 perlu dibaca sebagai masalah akses serah-terima, bukan semata-mata kebutuhan parkir mobil. Pada penatu lingkungan perumahan, pelanggan yang datang dengan sepeda motor atau kurir tetap memerlukan ruang berhenti yang aman untuk menurunkan dan mengambil bundel cucian, terutama ketika terjadi antrean atau cuaca buruk. Keterbatasan muka bangunan dapat meningkatkan usaha fisik, waktu tunggu, dan risiko mengganggu lalu lintas. Penjelasan ini merupakan interpretasi kontekstual karena moda kedatangan pelanggan tidak diukur dalam kuesioner. Temuan pada usaha laundry lain juga menunjukkan bahwa kepuasan tinggi masih dapat disertai atribut operasional yang belum maksimal [9].

Skor Fishbein tertinggi pada A23, yaitu hubungan yang baik dengan pelanggan sebesar 20,24, memberi mekanisme kompensasi terhadap kelemahan fisik gerai. Relasi yang kuat memudahkan pelanggan mengoordinasikan waktu serah-terima, meminta layanan antar-jemput, memperoleh pembaruan status, dan menyampaikan keluhan tanpa memperbesar friksi. Namun, kekuatan relasional tidak menghapus kebutuhan perbaikan akses. Pengelola dapat memanfaatkannya sebagai modal implementasi melalui petunjuk titik berhenti singkat, konfirmasi waktu kedatangan, serah-terima di depan lokasi, dan jadwal antar-jemput. Strategi bertahap ini lebih realistis daripada perluasan lahan segera dan sejalan dengan pendekatan perbaikan atribut prioritas [15].

4.3 Zone of Tolerance

Rata-rata layanan minimum sebesar 3,80 lebih rendah daripada persepsi 4,28 dan harapan 4,46. Pada tingkat atribut, seluruh skor persepsi lebih tinggi daripada layanan minimum dan lebih rendah daripada layanan yang diharapkan. Dengan demikian, seluruh 25 atribut berada di dalam ZOT; tidak ada atribut yang berada di bawah batas minimum dan tidak ada atribut yang melampaui tingkat layanan yang diinginkan. Posisi ini memperlihatkan bahwa layanan M Laundry masih diterima pelanggan, tetapi ruang peningkatan tetap terbuka.



Gbr. 1. Perbandingan Skor Minimum, Persepsi, dan Harapan Menurut Dimensi

Sumber: Data penelitian diolah (2026).

A1 berada pada posisi relatif terendah di dalam ZOT. Selisih persepsi terhadap batas minimum adalah 0,36, sedangkan selisih terhadap harapan 0,44. Dengan lebar ZOT sebesar 0,80, posisi layanan A1 baru mencapai 45% dari batas minimum menuju batas harapan. A10 justru paling dekat dengan batas harapan karena selisihnya hanya 0,06. Informasi ini membuat prioritas perbaikan lebih bernuansa dibandingkan membaca gap SERVQUAL saja.

Penelitian sebelumnya [19] menunjukkan bahwa integrasi SERVQUAL dan ZOT dapat membedakan atribut bergap negatif yang memerlukan perbaikan dari atribut yang masih ditoleransi. Penelitian lain [20] menemukan bahwa sebagian besar indikator layanan aplikasi berada di dalam ZOT dan satu indikator melampaui harapan. Berbeda dari temuan tersebut, M Laundry belum memiliki atribut di atas batas harapan. Hal ini menunjukkan peluang untuk menciptakan layanan yang tidak hanya memadai, misalnya

notifikasi status cucian, konfirmasi waktu selesai, dan respons keluhan yang lebih terstruktur. Pengalaman pada layanan aplikasi juga memperlihatkan bahwa responsivitas, stabilitas layanan, dan kejelasan proses sering menjadi area perbaikan [23], [24].

4.4 Sikap Pelanggan Berdasarkan Model Fishbein

Perkalian skor kepercayaan dan evaluasi pada 25 atribut menghasilkan Ao sebesar 476,80. Berdasarkan rentang teoritis 25-625 dan lebar kelas 120, skor tersebut berada pada kategori positif atau suka (>385-505). Nilai produk atribut tertinggi terdapat pada A23, yaitu hubungan yang baik dengan pelanggan (20,24), sedangkan nilai terendah terdapat pada A1 tentang keluasaan tempat parkir (14,85). Hasil Fishbein memperkuat interpretasi bahwa pelanggan memiliki sikap positif terhadap M Laundry, meskipun masih terdapat atribut tertentu yang memerlukan perbaikan.

Tabel IV. Ringkasan Hasil Integrasi Tiga Metode

Metode	Hasil utama	Interpretasi	Implikasi
SERVQUAL	P = 4,28; D = 4,46; gap = -0,18	Kinerja tinggi, tetapi belum mencapai harapan	Urutkan perbaikan berdasarkan gap
ZOT	25 atribut di dalam ZOT	Seluruh layanan dapat diterima; belum superior	Dorong atribut prioritas menuju harapan
Fishbein	Ao = 476,80	Sikap pelanggan positif/suka	Jaga relasi pelanggan sambil memperbaiki titik lemah

Sumber: Data penelitian diolah (2026).

Penggunaan Fishbein pada layanan aplikasi menunjukkan bahwa sikap konsumen dapat tetap positif ketika atribut yang dianggap penting memperoleh kepercayaan kinerja yang baik [21], [22]. Pada M Laundry, A23 menegaskan nilai relasional sebagai kekuatan utama. Pengelola sebaiknya mempertahankan keramahan dan hubungan personal, lalu memanfaatkannya untuk memperoleh umpan balik rutin. Hubungan ini penting karena kualitas layanan dan kepuasan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan [4], [5].

4.5 Prioritas Perbaikan

Tabel V. Atribut Prioritas dan Usulan Tindakan

Kode	Atribut	Gap	Usulan perbaikan
A1	Tempat parkir laundry yang luas	-0,44	Penataan area berhenti singkat, petunjuk parkir, dan serah-terima di depan lokasi
A15	Layanan penjemputan dan penghantaran	-0,26	Jadwal antar-jemput, konfirmasi waktu, dan pencatatan status pesanan
A4	Penggunaan deterjen khusus mesin cuci	-0,22	Informasi jenis deterjen dan standar takaran kepada pelanggan
A16	Pelayanan cepat	-0,22	Standar waktu layanan awal dan pembagian beban kerja pada jam sibuk
A18	Penjelasan komunikatif	-0,22	Templat komunikasi untuk harga, risiko bahan, keterlambatan, dan keluhan

Sumber: Data penelitian diolah (2026).

Perbaikan disarankan menggunakan dua horizon. Dalam jangka pendek, pengelola dapat menerapkan standar komunikasi, log status pesanan, konfirmasi antar-jemput, dan penataan area serah-terima. Dalam jangka menengah, pengelola dapat mengevaluasi kemitraan lahan parkir atau titik pengambilan, serta memanfaatkan teknologi ringan seperti notifikasi WhatsApp terjadwal. Pemanfaatan teknologi dan kerangka layanan yang kuat dapat memperbaiki kinerja sekaligus retensi pelanggan [25]. Pengukuran SERVQUAL dan ZOT perlu diulang tiga bulan setelah tindakan perbaikan diterapkan dengan menggunakan indikator yang sama. Target manajerial untuk siklus berikutnya adalah memperkecil nilai absolut gap A1 dari 0,44 menjadi tidak lebih dari 0,20 (gap $\geq -0,20$) dan nilai absolut gap keseluruhan dari 0,18 menjadi tidak lebih dari 0,10 (gap $\geq -0,10$). Target ini berfungsi sebagai tolok ukur perbaikan, bukan sebagai hasil uji inferensial.

4.6 Keterbatasan Penelitian

Penelitian memiliki tiga keterbatasan utama. Pertama, estimasi populasi 150 pelanggan bersumber dari catatan pelanggan, tetapi kerangka sampel final, urutan pemilihan acak, dan catatan nonrespons tidak terdokumentasi; karena itu, 50 respons dianalisis sebagai sampel respons sukarela dan hasilnya tidak dapat digeneralisasi secara probabilistik. Kedua, evaluasi Fishbein tidak diukur melalui skala kepentingan keempat yang terpisah, melainkan dioperasionalkan menggunakan skor harapan dari responden yang sama. Ketiga, penelitian hanya mencakup satu unit usaha dan tidak mengukur moda kedatangan, frekuensi transaksi, atau data keluhan aktual. Keterbatasan tersebut membatasi penjelasan kausal dan perlu diperbaiki pada penelitian lanjutan melalui kerangka sampel terdokumentasi, skala kepentingan Fishbein tersendiri, serta data operasional longitudinal.

5. KESIMPULAN

Integrasi SERVQUAL, ZOT, dan Fishbein menghasilkan gambaran yang konsisten tetapi tidak simplistik. Kinerja M Laundry dinilai tinggi dengan rata-rata persepsi 4,28, tetapi rata-rata harapan 4,46 menghasilkan gap SERVQUAL -0,18 dan seluruh atribut masih berada di bawah tingkat layanan yang diinginkan. Pada saat yang sama, seluruh 25 atribut berada di dalam ZOT karena skor persepsi masih melampaui batas minimum; dengan demikian, layanan dapat diterima tetapi belum superior. Skor Fishbein 476,80 menunjukkan sikap pelanggan yang positif. Atribut tempat parkir memiliki gap terbesar (-0,44) dan posisi relatif terendah di dalam ZOT, sedangkan ketepatan waktu pengerjaan memiliki gap terkecil (-0,06).

Prioritas perbaikan diarahkan pada penataan akses parkir dan serah-terima, penguatan layanan antar-jemput, kecepatan pelayanan, serta komunikasi

kepada pelanggan. Hubungan baik dengan pelanggan perlu dipertahankan karena merupakan atribut Fishbein terkuat dan dapat digunakan untuk mengoordinasikan solusi atas keterbatasan fisik gerai. Evaluasi ulang dilakukan tiga bulan setelah perbaikan dengan target nilai absolut gap A1 tidak lebih dari 0,20 ($\text{gap} \geq -0,20$) dan nilai absolut gap keseluruhan tidak lebih dari 0,10 ($\text{gap} \geq -0,10$). Penelitian berikutnya perlu menggunakan kerangka sampel yang terdokumentasi, skala kepentingan Fishbein yang terpisah, lebih dari satu lokasi, dan data transaksi atau keluhan aktual agar hasil dapat diuji secara lebih kuat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pamulang dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat atas dukungan pendanaan penelitian melalui Kontrak Nomor 0909/D5/SPKP/LPPM/UNPAM/X/2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pengelola M Laundry dan seluruh pelanggan yang bersedia menjadi responden.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Risanty, S. A. Kesuma, J. Agustrisna, and M. H. Bilqis, "An empirical look at the effect of service quality on online shopping customer satisfaction in Indonesia," *Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah*, vol. 9, no. 4, pp. 321–330, 2021, doi: [10.22437/ppd.v9i4.11044](https://doi.org/10.22437/ppd.v9i4.11044).
- [2] C. Tedjokusumo and W. R. Murhadi, "Customer satisfaction as a mediator between service quality and customer loyalty: A case study of Bank Central Asia," *Jurnal Siasat Bisnis*, vol. 27, no. 2, pp. 156–170, 2023, doi: [10.20885/jsb.vol27.iss2.art3](https://doi.org/10.20885/jsb.vol27.iss2.art3).
- [3] I. P. S. N. Ananda and P. Y. Setiawan, "Peran kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan: Studi pada pelanggan GO-JEK di Denpasar," *Relasi: Jurnal Ekonomi*, vol. 20, no. 1, pp. 14–31, 2024, doi: [10.31967/relasi.v20i1.646](https://doi.org/10.31967/relasi.v20i1.646).
- [4] D. F. R. Handayani, R. P. A. Widowati, and Nuryakin, "The influence of e-service quality, trust, brand image on Shopee customer satisfaction and loyalty," *Jurnal Siasat Bisnis*, vol. 25, no. 2, pp. 119–130, 2021, doi: [10.20885/jsb.vol25.iss2.art3](https://doi.org/10.20885/jsb.vol25.iss2.art3).
- [5] S. Mahendra and F. A. Damanik, "Pengaruh e-WOM dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan," *JIMBIS: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 20–34, 2025, doi: [10.24034/jimbis.v4i1.7446](https://doi.org/10.24034/jimbis.v4i1.7446).
- [6] C. D. Manik and W. W. Ramagelar, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan," *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, vol. 7, no. 2, pp. 230–240, 2024, doi: [10.32493/jpkpk.v7i2.40079](https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i2.40079).
- [7] J. R. Mathesa, Y. Liestyana, Y. Utami, T. Wahyuningsih, H. Oetomo, and Tugiyono, "The effect of service quality and perceived value on customer satisfaction mediated by trust," *Strata Business Review*, vol. 3, no. 2, pp. 120–133, 2025, doi: [10.59631/sbr.v3i2.439](https://doi.org/10.59631/sbr.v3i2.439).
- [8] T. Wahyudi and Rahma, "The effect of nurse behavior on patient satisfaction through service quality as an intervention variable in the inpatient room of Shaykh Yusuf Hospital," *Indonesia Accounting Research Journal*, vol. 12, no. 3, pp. 115–124, 2025, doi: [10.35335/iacrj.v12i3.400](https://doi.org/10.35335/iacrj.v12i3.400).
- [9] H. Fadillah, A. F. Hadining, and R. P. Sari, "Analisis kepuasan pelanggan ABC Laundry dengan menggunakan metode service quality, importance performance analysis (IPA), dan customer satisfaction index (CSI)," *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, vol. 15, no. 1, pp. 1–10, 2020, doi: [10.14710/jati.15.1.1-10](https://doi.org/10.14710/jati.15.1.1-10).
- [10] S. J. Siregar, Lusiyan, and F. Setiawan, "Sistem peningkatan pelayanan pada Kafe Bersaudara menggunakan metode service quality (SERVQUAL)," *Jurnal SAINTIKOM (Jurnal Sains Manajemen Informatika dan Komputer)*, vol. 23, no. 2, pp. 426–437, 2024, doi: [10.53513/jis.v23i2.10002](https://doi.org/10.53513/jis.v23i2.10002).
- [11] M. D. Puspitasari, A. P. Iswanto, and A. Wicaksono, "Tingkat kualitas pelayanan perjalanan Kereta Api Diesel (KRD) jalur Surabaya-Sidoarjo berdasarkan metode SERVQUAL," *Jurnal Perkeretaapian Indonesia (Indonesian Railway Journal)*, vol. 7, no. 1, pp. 39–46, 2023, doi: [10.37367/jpi.v7i1.247](https://doi.org/10.37367/jpi.v7i1.247).
- [12] M. D. Handayani and N. Faidati, "Analisis kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Sleman, Kapanepon Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta," *Jurnal Ranah Publik Indonesia Kontemporer (Rapik)*, vol. 5, no. 1, pp. 44–57, 2025, doi: [10.47134/rapik.v5i1.86](https://doi.org/10.47134/rapik.v5i1.86).
- [13] A. Susanto, E. Nursanti, and P. Vitasari, "Analysis of student service quality with SERVQUAL method, QFD, and continuous improvement," *Journal of Sustainable Technology and Applied Science*, vol. 5, no. 2, pp. 39–43, 2024, doi: [10.36040/jstas.v5i2.7130](https://doi.org/10.36040/jstas.v5i2.7130).
- [14] H. Prasetyo, A. Setiawati, and G. Fauza, "Applying SERVQUAL for measuring customer satisfaction on institute for research and community service: A case study at Universitas Muhammadiyah Surakarta," *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, vol. 22, no. 1, pp. 153–160, 2023, doi: [10.23917/jiti.v22i1.21321](https://doi.org/10.23917/jiti.v22i1.21321).
- [15] R. Alfatiyah and S. Bastuti, "Improving the quality of service using the IPA and PGCV methods at BPJS Kesehatan, South Tangerang," *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, vol. 22, no. 1, pp. 25–32, 2023, doi: [10.23917/jiti.v22i1.21685](https://doi.org/10.23917/jiti.v22i1.21685).
- [16] W. Purnamasari and R. B. Yuliansyah, "Peningkatan kualitas pelayanan menggunakan metode SERVQUAL dan Kano," *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, vol. 9, no. 1, pp. 68–77, 2020, doi: [10.23887/jish-undiksha.v9i1.24250](https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i1.24250).
- [17] M. R. Ramadhan, I. D. Septianto, and S. Sandiwarno, "Penerapan metode service quality (SERVQUAL) dan simple additive weighting (SAW) untuk menentukan pengambilan keputusan terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus: Restoran Ayam Geprek)," *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, vol. 14, no. 1, pp. 88–99, 2024, doi: [10.21456/vol14iss1pp88-99](https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp88-99).
- [18] G. Subagya, H. N. Tanty, M. Dwi, and Syafira, "Service quality dimensions and impact on purchasing decisions: A case study at Cuan Farma Pharmacy, Jakarta," *Journal Syifa Sciences and Clinical Research*, vol. 7, no. 3, pp. 275–283, 2025, doi: [10.37311/jsscr.v7i3.33883](https://doi.org/10.37311/jsscr.v7i3.33883).

- [19] D. Rahmawati, H. Aulawi, R. Kurniawati, and T. F. Sari, "Pengukuran kualitas layanan berdasarkan dimensi service quality (SERVQUAL) dengan metode zone of tolerance (ZOT) dan Kano pada Pet World," *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, vol. 18, no. 1, pp. 21–32, 2023, doi: [10.14710/jati.18.1.21-32](https://doi.org/10.14710/jati.18.1.21-32).
- [20] A. M. A. Erlangga, A. R. Perdanakusuma, and U. Hariyanti, "Applying zone of tolerance to a customer service app in a public higher education institution," *The Winners*, vol. 26, no. 2, pp. 147–157, 2025, doi: [10.21512/tw.v26i2.13863](https://doi.org/10.21512/tw.v26i2.13863).
- [21] T. P. Andini, R. Adawiyah, and Y. Indriani, "Attitudes, decision making and purchasing patterns of online vegetable consumers," *Journal of Consumer Sciences*, vol. 8, no. 3, pp. 296–317, 2023, doi: [10.29244/jcs.8.3.296-317](https://doi.org/10.29244/jcs.8.3.296-317).
- [22] R. R. A. P. I. Kusumarini, A. Fariyanti, and N. Tinaprilla, "Consumer attitude and satisfaction by online application for ready-to-eat food delivery service in Jabodetabek," *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, vol. 15, no. 2, pp. 192–204, 2022, doi: [10.24156/jikk.2022.15.2.192](https://doi.org/10.24156/jikk.2022.15.2.192).
- [23] A. R. Febrianti, R. G. Utomo, and R. Yasirandi, "Comparative analysis of service quality in travel agent applications using E-SERVQUAL and IPA," *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, vol. 10, no. 3, pp. 2148–2161, 2025, doi: [10.29100/jupi.v10i3.6415](https://doi.org/10.29100/jupi.v10i3.6415).
- [24] I. S. A. A. Nasruddin, R. G. Utomo, and R. Yasirandi, "Service quality analysis of mobile-based fandom community application using E-SERVQUAL and IPA," *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian dan Pembelajaran Informatika)*, vol. 10, no. 3, pp. 1993–2005, 2025, doi: [10.29100/jupi.v10i3.6341](https://doi.org/10.29100/jupi.v10i3.6341).
- [25] M. F. Nasrudin, A. Purnomo, and M. E. Lestiani, "Unraveling the dynamics between advanced technology, logistics customer service, and logistics performance to boost customer retention: Evidence from Shopee Express," *Journal of Consumer Sciences*, vol. 10, no. 2, pp. 343–375, 2025, doi: [10.29244/jcs.10.2.343-375](https://doi.org/10.29244/jcs.10.2.343-375).