

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA TOKO BUSANA JATI LUHUR
DENGAN PENDEKATAN SERVQUAL DAN ZONE OF TOLERANCE****Hafis Gaza**Program Studi Sarjana Terapan Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Correspondence		
Email: hafisgaza6424@gmail.com	No. Telp:	
Submitted: 17 Agustus 2026	Accepted: 30 Agustus 2026	Published: 31 Agustus 2026

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis kualitas pelayanan Toko Busana Jati Luhur dengan membandingkan pelayanan yang dirasakan, pelayanan ideal yang diharapkan, dan pelayanan minimum yang masih dapat diterima pelanggan. Penelitian menggunakan desain kuantitatif deskriptif dengan pendekatan SERVQUAL dan Zone of Tolerance (ZOT). Data diperoleh dari 100 pelanggan yang dipilih melalui purposive sampling menggunakan kuesioner skala Likert empat poin. Instrumen memuat 25 indikator dalam lima dimensi SERVQUAL: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Analisis mencakup statistik deskriptif, validitas, reliabilitas, gap SERVQUAL, Measure of Service Adequacy (MSA), dan lebar ZOT. Hasil menunjukkan rata-rata desired service 3,575, adequate service 2,718, dan perceived service 2,764. Meskipun persepsi berada dalam kategori baik, gap keseluruhan sebesar -0,811 menunjukkan bahwa pelayanan belum mencapai harapan ideal. Secara agregat, pelayanan masih berada di dalam ZOT dengan MSA 0,046, tetapi sangat dekat dengan batas minimum. Daya tanggap (MSA -0,316) dan bukti fisik (MSA -0,118) berada di bawah adequate service, sedangkan keandalan, jaminan, dan empati berada di dalam ZOT. Prioritas utama adalah kecepatan dan kejelasan penanganan produk cacat atau reject (MSA -0,510; gap -1,180). Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi SERVQUAL dan ZOT dapat membedakan layanan yang belum ideal tetapi masih dapat diterima dari layanan yang telah berada di bawah batas minimum pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan; SERVQUAL; Zone of Tolerance; ritel busana; pengalaman pelanggan

ABSTRACT

This study analyzes service quality at Jati Luhur Fashion Store by comparing perceived service, the ideal service desired by customers, and the minimum service they are willing to accept. A descriptive quantitative design was employed by integrating SERVQUAL and the Zone of Tolerance (ZOT). Data were obtained from 100 customers selected through purposive sampling using a four-point Likert-scale questionnaire. The instrument consisted of 25 indicators covering tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The analyses included descriptive statistics, validity, reliability, the SERVQUAL gap, Measure of Service Adequacy (MSA), and ZOT width. The results show mean scores of 3.575 for desired service, 2.718 for adequate service, and 2.764 for perceived service. Although perceived service was categorized as good, the overall gap of -0.811 indicates that the ideal level had not been achieved. In aggregate, service remained within the ZOT, with an MSA of 0.046, but it was very close to the minimum acceptable boundary. Responsiveness (MSA -0.316) and tangibles (MSA -0.118) fell below adequate service, while reliability, assurance, and empathy remained within the ZOT. The main priority was the speed and clarity of handling defective or rejected products (MSA -0.510; gap -1.180). Integrating SERVQUAL and ZOT therefore distinguishes service that is below the ideal yet still acceptable from service that has fallen below customers' minimum threshold.

Keywords: service quality; SERVQUAL; Zone of Tolerance; fashion retail; customer experience

PENDAHULUAN

Perkembangan perdagangan elektronik mengubah cara konsumen mencari informasi, membandingkan harga, dan melakukan pembelian. Kemudahan akses dan transaksi pada platform digital meningkatkan tekanan terhadap toko konvensional untuk menawarkan nilai yang tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh kanal daring (Laudon & Traver, 2017). Dalam konteks tersebut, toko fisik tidak lagi cukup bersaing melalui produk dan harga. Pengalaman berbelanja, interaksi dengan karyawan, kecepatan penyelesaian masalah, serta kenyamanan lingkungan menjadi bagian penting dari proposisi nilai ritel (Kotler & Keller, 2016).

Kualitas pelayanan juga berkaitan dengan reputasi toko di ruang digital. Pengalaman pelanggan ketika mengantre, memperoleh bantuan, menggunakan fasilitas, atau menyampaikan keluhan dapat muncul kembali sebagai ulasan Google Maps dan komentar media sosial. Pelayanan yang konsisten membantu membangun kepuasan dan kepercayaan, sedangkan respons yang lambat atau komunikasi yang kurang tepat berpotensi memperbesar ketidakpuasan (Tjiptono, 2019). Hubungan antara kualitas pelayanan, citra, kepuasan, dan loyalitas juga telah ditunjukkan dalam studi empiris, meskipun kekuatan hubungannya bergantung pada konteks layanan yang diteliti (Dam & Dam, 2021).

Toko Busana Jati Luhur merupakan ritel keluarga yang menggabungkan penjualan busana dengan playground, ruang tunggu, dan fasilitas makanan-minuman. Integrasi ini menawarkan kenyamanan bagi orang tua, tetapi sekaligus memperluas titik kontak layanan. Hasil pengamatan awal menunjukkan beberapa persoalan: pajangan pakaian relatif tinggi, suhu ruangan kurang merata, tempat duduk terbatas, antrean kasir pada jam ramai, dan penanganan produk cacat yang belum selalu cepat dan jelas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan perlu dinilai sebagai pengalaman menyeluruh, bukan hanya sebagai ketepatan transaksi penjualan.

Model SERVQUAL menilai kualitas pelayanan melalui kesenjangan antara persepsi pelanggan dan pelayanan yang diharapkan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985, 1988) mengembangkan model ini menjadi lima dimensi, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Pada ritel pakaian, pelanggan menilai pelayanan melalui gabungan interaksi manusia, lingkungan fisik, keandalan proses, dan kemudahan berbelanja (Gagliano & Hathcote, 1994; Dabholkar et al., 1996). Penelitian di Indonesia juga menunjukkan bahwa gap SERVQUAL dapat digunakan untuk mengidentifikasi atribut yang perlu diperbaiki pada ritel dan jasa (Sinollah & Masruro, 2019; Prananda et al., 2019; Putri et al., 2021).

Namun, gap negatif hanya menunjukkan bahwa pelayanan belum mencapai tingkat ideal; ukuran tersebut belum menjelaskan apakah kinerja masih dapat diterima atau telah jatuh di bawah batas minimum pelanggan. Konsep Zone of Tolerance membedakan desired service sebagai tingkat ideal dan adequate service sebagai tingkat minimum yang masih dapat diterima. Rentang di antara keduanya merupakan zona toleransi (Zeithaml et al., 1993). Reassessment terhadap standar harapan juga menegaskan bahwa pelanggan tidak selalu memakai satu titik harapan tunggal ketika mengevaluasi layanan (Parasuraman et al., 1994). Dengan menggabungkan gap SERVQUAL dan ZOT, manajemen dapat memisahkan atribut yang belum ideal tetapi masih dapat diterima dari atribut yang membutuhkan koreksi segera.

Studi SERVQUAL sebelumnya banyak menggunakan perbandingan persepsi-harapan atau menggabungkannya dengan Importance Performance Analysis untuk menentukan prioritas (Hidayat et al., 2023). Penelitian pada ritel busana yang sekaligus mengintegrasikan fasilitas keluarga dan menilai tiga tingkat layanan masih terbatas. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan perceived, desired, dan adequate service secara bersamaan pada ritel busana hibrida dengan playground dan fasilitas pendukung. Penelitian ini bertujuan (1) mengukur gap kualitas pelayanan pada lima dimensi SERVQUAL, (2) menentukan posisi pelayanan terhadap ZOT, dan (3) menetapkan prioritas perbaikan pada tingkat dimensi dan indikator.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan desain kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Pengumpulan data dilakukan di Toko Busana Jati Luhur, Bekasi, pada 2 Juni sampai 5 Desember 2025. Desain deskriptif dipilih untuk memotret penilaian pelanggan pada periode penelitian tanpa menguji hubungan kausal antarvariabel (Rukajat, 2018; Sugiyono, 2022). Partisipasi responden bersifat sukarela dan identitas personal tidak dicantumkan dalam pengolahan data.

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Toko Busana Jati Luhur yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel ditentukan dengan rumus Lemeshow untuk populasi tidak diketahui menggunakan tingkat kepercayaan 95%, proporsi 0,50, dan margin of error 10%. Perhitungan menghasilkan ukuran minimum 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden (Lemeshow et al., 1990). Teknik purposive sampling digunakan dengan kriteria responden pernah berkunjung atau membeli, pernah merasakan pelayanan toko, dan bersedia mengisi kuesioner.

Instrumen terdiri atas 25 indikator yang diadaptasi ke dalam lima dimensi SERVQUAL, masing-masing lima indikator: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Setiap indikator dinilai dalam tiga kolom paralel, yaitu perceived service (P), desired service (D), dan adequate service (A). Skala Likert empat poin digunakan untuk mengurangi kecenderungan memilih jawaban netral dan mendorong penilaian yang lebih tegas (Likert, 1932). Skor 1-4 pada P bergerak dari sangat tidak baik sampai sangat baik; pada D dan A bergerak dari sangat tidak penting sampai sangat penting.

Uji validitas dilakukan dengan korelasi Pearson antara skor butir dan skor dimensi. Pada $n = 100$, r -tabel sebesar 0,1966. Reliabilitas dinilai menggunakan Cronbach's alpha dengan batas penerimaan 0,60 (Cronbach, 1951). Analisis utama menghitung rata-rata tiap indikator dan dimensi, kemudian menggunakan tiga ukuran berikut:

$$\begin{aligned} MSS/Gap &= P - D \\ MSA &= P - A \\ Lebar ZOT &= D - A \end{aligned}$$

Pelayanan dikategorikan berada di bawah adequate service apabila $P < A$ (MSA negatif), berada di dalam ZOT apabila $A \leq P < D$, mencapai desired service apabila $P = D$, dan melampaui desired service apabila $P > D$. Nilai gap tetap digunakan untuk menunjukkan jarak terhadap tingkat ideal, sedangkan MSA menentukan urgensi berdasarkan batas minimum yang dapat diterima pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data final terdiri atas 100 kuesioner lengkap tanpa nilai hilang pada 75 kolom pengukuran. Mayoritas responden berusia 21-34 tahun (55%), berjenis kelamin laki-laki (53%), bekerja sebagai wiraswasta/pedagang (31%), dan berkunjung 2-3 kali per bulan (58%). Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia produktif dan memiliki pengalaman kunjungan berulang yang memadai untuk mengevaluasi pelayanan.

Tabel 1. Distribusi Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	n	%
Usia	17-20 tahun	9	9
	21-34 tahun	55	55
	35-49 tahun	14	14
	50-64 tahun	20	20
	65 tahun ke atas	2	2
Jenis kelamin	Laki-laki	53	53

Karakteristik	Kategori	n	%
	Perempuan	47	47
Pekerjaan	Pelajar/mahasiswa	25	25
	Pegawai negeri/swasta/BUMN	27	27
	Wiraswasta/pedagang	31	31
	Ibu rumah tangga	14	14
	Belum bekerja	2	2
	Lainnya	1	1
Kunjungan/bulan	1 kali	24	24
	2-3 kali	58	58
	4-5 kali	16	16
	> 5 kali	2	2

Sumber: Data penelitian diolah (2026).

Kualitas Instrumen

Seluruh indikator memenuhi kriteria validitas karena nilai korelasi butir-dimensi lebih besar daripada r-tabel 0,1966. Rentang korelasi pada perceived service adalah 0,596-0,793; desired service 0,504-0,797; dan adequate service 0,419-0,714. Ketiga skala juga reliabel, dengan alpha 0,886, 0,871, dan 0,783. Hasil ini menunjukkan konsistensi internal yang memadai untuk analisis SERVQUAL dan ZOT.

Tabel 2. Ringkasan Uji Validitas dan Reliabilitas

Skala	Rentang r-hitung	Cronbach's alpha	Keputusan
Perceived service (P)	0,596-0,793	0,886	Valid dan reliabel
Desired service (D)	0,504-0,797	0,871	Valid dan reliabel
Adequate service (A)	0,419-0,714	0,783	Valid dan reliabel

Sumber: Data penelitian diolah; r-tabel = 0,1966 (2026).

Hasil SERVQUAL dan Zone of Tolerance

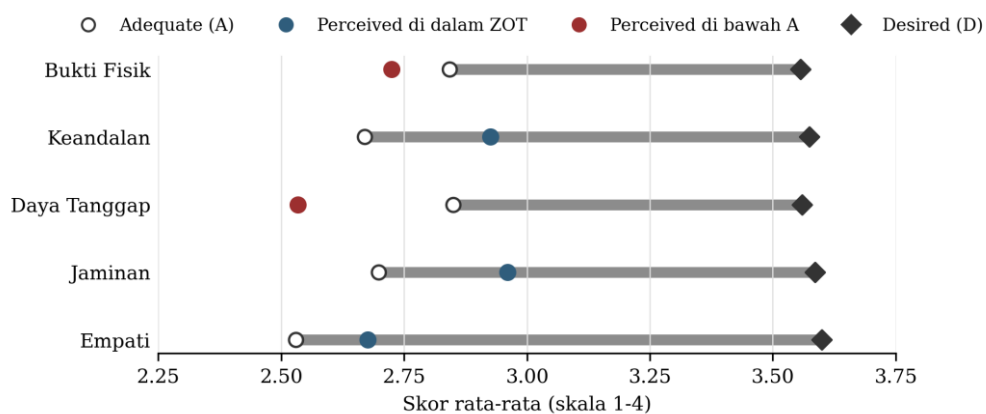
Rata-rata keseluruhan perceived service sebesar 2,764 dan berada pada kategori baik. Desired service mencapai 3,575, sedangkan adequate service sebesar 2,718. Selisih P-D menghasilkan gap -0,811, sehingga tingkat ideal belum terpenuhi. Namun, MSA sebesar 0,046 menunjukkan bahwa pelayanan secara agregat masih berada 0,046 poin di atas batas minimum. Dengan lebar ZOT 0,857, posisi ini berada di dalam zona toleransi, tetapi rentan karena sangat dekat dengan adequate service.

Tabel 3. Hasil SERVQUAL dan ZOT Menurut Dimensi

Dimensi	P	D	A	Gap	MSA	ZOT	Posisi
Bukti Fisik	2,724	3,556	2,842	-0,832	-0,118	0,714	Di bawah adequate
Keandalan	2,926	3,574	2,670	-0,648	0,256	0,904	Di dalam ZOT
Daya Tanggap	2,534	3,560	2,850	-1,026	-0,316	0,710	Di bawah adequate
Jaminan	2,960	3,586	2,698	-0,626	0,262	0,888	Di dalam ZOT
Empati	2,676	3,600	2,530	-0,924	0,146	1,070	Di dalam ZOT
Keseluruhan	2,764	3,575	2,718	-0,811	0,046	0,857	Di dalam ZOT

Sumber: Data penelitian diolah (2026).

Daya tanggap menjadi dimensi paling kritis. Perceived service sebesar 2,534 berada di bawah adequate service 2,850 sehingga MSA bernilai -0,316; seluruh lima indikatornya juga berada di bawah batas minimum. Bukti fisik menempati prioritas berikutnya berdasarkan ZOT dengan MSA -0,118. Keandalan, jaminan, dan empati berada di dalam ZOT, tetapi ketiganya belum mencapai desired service karena gap masih negatif. Jaminan merupakan kekuatan relatif dengan persepsi tertinggi (2,960), gap terkecil (-0,626), dan MSA tertinggi (0,262).

Gambar 1. Posisi Adequate, Perceived, dan Desired Service per Dimensi

Sumber: Data penelitian diolah (2026). Garis abu-abu menunjukkan rentang ZOT.

Prioritas Perbaikan pada Tingkat Indikator

Pada tingkat indikator, 12 dari 25 item berada di bawah adequate service dan 13 item berada di dalam ZOT. Tidak ada item yang mencapai desired service. Prioritas ditentukan dari MSA paling negatif karena ukuran ini menunjukkan besarnya kekurangan terhadap batas minimum; gap digunakan sebagai informasi tambahan tentang jarak terhadap pelayanan ideal.

Tabel 4. Sepuluh Prioritas Perbaikan Berdasarkan MSA

Rank	Item	Dimensi	Indikator	MSA	Gap
1	P14	Daya Tanggap	Penanganan produk cacat/reject cepat dan jelas	-0,510	-1,180
2	P2	Bukti Fisik	Kenyamanan kondisi ruangan saat berbelanja	-0,500	-1,010

Rank	Item	Dimensi	Indikator	MSA	Gap
3	P12	Daya Tanggap	Kecepatan menanggapi pertanyaan atau keluhan	- 0,360	- 1,110
4	P13	Daya Tanggap	Kesigapan memberi solusi atas kendala pelanggan	- 0,310	- 0,950
5	P5	Bukti Fisik	Kecukupan toilet, kamar ganti, ruang salat, dan parkir	- 0,300	- 0,860
6	P3	Bukti Fisik	Kecukupan dan kenyamanan ruang tunggu	- 0,280	- 0,910
7	P21	Empati	Perhatian kepada pelanggan yang membutuhkan bantuan khusus	- 0,240	- 1,080
8	P11	Daya Tanggap	Kecepatan membantu pelanggan	- 0,210	- 1,050
9	P6	Keandalan	Kesesuaian pelayanan dengan kebutuhan pelanggan	- 0,200	- 0,800
10	P15	Daya Tanggap	Arahan ketika toko ramai atau bantuan tambahan dibutuhkan	- 0,190	- 0,840

Sumber: Data penelitian diolah (2026).

Item P14 merupakan masalah paling mendesak: *perceived service* 2,400 berada 0,510 poin di bawah *adequate service* 2,910 dan 1,180 poin di bawah *desired service* 3,580. Prioritas kedua, P2, menunjukkan bahwa kenyamanan ruangan juga berada jauh di bawah minimum. Urutan berikutnya didominasi oleh kecepatan respons, penyelesaian keluhan, fasilitas pendukung, dan perhatian kepada pelanggan yang membutuhkan bantuan khusus. Pola ini menunjukkan bahwa perbaikan tidak hanya memerlukan investasi fisik, tetapi juga pembenahan proses kerja di garis depan.

Pembahasan

Temuan pertama adalah adanya perbedaan antara kategori absolut dan pemenuhan harapan. Seluruh dimensi memperoleh skor persepsi dalam kategori baik, tetapi seluruh gap bernilai negatif. Hal ini konsisten dengan logika SERVQUAL bahwa kualitas tidak hanya dinilai dari tinggi-rendahnya skor kinerja, melainkan dari perbandingannya dengan standar pelanggan (Parasuraman et al., 1988, 1991). Temuan gap negatif juga sejalan dengan studi Prananda et al. (2019), yang menunjukkan bahwa pelayanan dapat dinilai berjalan tetapi masih belum memenuhi ekspektasi pada seluruh dimensi.

Integrasi ZOT memberikan interpretasi yang lebih tajam. Gap -0,811 tidak berarti seluruh pelayanan telah ditolak pelanggan; MSA 0,046 menunjukkan bahwa secara keseluruhan layanan masih dapat diterima. Akan tetapi, margin 0,046 sangat tipis sehingga penurunan kinerja kecil dapat membawa pelayanan ke bawah *adequate service*. Temuan ini mendukung Zeithaml et al. (1993), yang menjelaskan bahwa pelanggan memiliki rentang toleransi, bukan satu standar harapan tunggal. Secara manajerial, target awal yang lebih realistis adalah menaikkan setiap MSA negatif sekurang-kurangnya menjadi nol, kemudian memperkecil gap menuju *desired service*.

Daya tanggap merupakan titik kritis karena seluruh indikatornya berada di bawah *adequate service*. Dalam ritel hibrida, pelanggan berinteraksi dengan kasir, pramuniaga, area playground, dan fasilitas lain pada satu kunjungan. Keterlambatan pada satu titik dapat

memengaruhi evaluasi keseluruhan. P14 memperlihatkan pentingnya pemulihan layanan: pelanggan mungkin dapat menerima adanya produk cacat, tetapi menilai toko dari kecepatan, kejelasan, dan keadilan penyelesaiannya. Prosedur penukaran yang sederhana, batas waktu respons, kewenangan penyelesaian pada petugas, serta alur eskalasi perlu dibakukan.

Bukti fisik juga berada di bawah adequate service. Hasil ini relevan dengan kajian ritel yang menempatkan fasilitas, tata ruang, dan kemudahan berbelanja sebagai unsur utama kualitas layanan (Gagliano & Hathcote, 1994; Dabholkar et al., 1996). Kenyamanan suhu, kapasitas ruang tunggu, akses ke pajangan, kebersihan, dan keamanan playground bukan sekadar atribut estetis; aspek tersebut menentukan apakah pelanggan dapat menggunakan fasilitas secara aman dan nyaman. Keunikan konsep toko busana yang terhubung dengan playground meningkatkan nilai potensial, tetapi juga menaikkan standar minimum pelanggan terhadap kebersihan, pengawasan, dan kenyamanan keluarga.

Keandalan dan jaminan berada di dalam ZOT serta mempunyai gap yang relatif lebih kecil. Hasil ini menunjukkan bahwa ketepatan transaksi, pilihan pembayaran, pengetahuan produk, rasa aman, dan kepercayaan merupakan fondasi yang sudah terbentuk. Meski demikian, item P6 dan P16 masih sedikit berada di bawah adequate service. Konsistensi informasi harga, ukuran, stok, dan promosi perlu dijaga melalui briefing dan referensi informasi yang sama; keramahan perlu diterapkan pada setiap situasi, termasuk saat memberi teguran atau menjelaskan penolakan penukaran.

Empati secara agregat berada di dalam ZOT (MSA 0,146), tetapi memiliki gap besar (-0,924) dan satu indikator di bawah adequate service. Pelanggan yang datang bersama anak, lanjut usia, atau membutuhkan bantuan khusus mengharapkan respons proaktif. Perhatian personal merupakan salah satu keunggulan toko fisik dibandingkan transaksi digital. Walaupun penelitian ini tidak menguji kepuasan atau loyalitas secara kausal, penguatan empati relevan karena kualitas layanan berhubungan dengan citra dan perilaku pelanggan dalam berbagai konteks (Dam & Dam, 2021).

Implikasi Manajerial

Perbaikan sebaiknya dilakukan bertahap. Tahap pertama berfokus pada perubahan prosedur berbiaya relatif rendah, khususnya keluhan dan produk reject. Tahap kedua memperkuat pelayanan proaktif dan kapasitas fasilitas. Keandalan dan jaminan dipertahankan melalui standardisasi serta evaluasi berkala.

Tabel 5. Rekomendasi Perbaikan dan Indikator Pemantauan

Dimensi	Dasar Temuan	Tindakan	Indikator Pemantauan
Daya Tanggap	MSA -0,316; seluruh item di bawah adequate	SOP keluhan/reject; batas waktu respons; PIC dan alur eskalasi	Waktu respons; penyelesaian keluhan; keluhan berulang
Bukti Fisik	MSA -0,118; P2-P5 di bawah adequate	Audit suhu/sirkulasi; tempat duduk; akses pajangan; kebersihan dan playground	Keluhan fasilitas; hasil checklist; skor kenyamanan
Empati	MSA 0,146; P21 di bawah adequate	Pelayanan proaktif untuk keluarga, lansia, dan pelanggan berkebutuhan bantuan	Skor empati; keluhan sikap; kepuasan pelanggan keluarga

Dimensi	Dasar Temuan	Tindakan	Indikator Pemantauan
Keandalan	MSA 0,256; P6 di bawah adequate	Standarisasi informasi harga, ukuran, stok, promosi, dan pengecekan transaksi	Kesalahan transaksi; perbedaan informasi; gangguan fasilitas
Jaminan	MSA 0,262; P16 sedikit di bawah adequate	Briefing keramahan; product knowledge; komunikasi dan prosedur keselamatan	Komplain komunikasi; kepatuhan SOP; skor jaminan

Sumber: Disusun berdasarkan hasil analisis SERVQUAL dan ZOT (2026).

Keterbatasan Penelitian

Penelitian bersifat potret pada satu periode, menggunakan purposive sampling, dan hanya melibatkan pelanggan pada satu toko sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke seluruh ritel busana. Penilaian juga bersifat subjektif dan belum menguji hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan, loyalitas, pembelian ulang, atau reputasi digital. Penelitian selanjutnya dapat melakukan pengukuran sebelum-sesudah perbaikan, menggunakan sampel probabilitas atau beberapa cabang, serta menggabungkan SERVQUAL-ZOT dengan Importance Performance Analysis atau model hubungan antarvariabel.

SIMPULAN

Kualitas pelayanan Toko Busana Jati Luhur dinilai baik secara absolut, tetapi belum mencapai pelayanan ideal pelanggan. Rata-rata perceived service sebesar 2,764, desired service 3,575, dan adequate service 2,718 menghasilkan gap -0,811 serta MSA 0,046. Dengan demikian, pelayanan secara keseluruhan masih berada di dalam Zone of Tolerance, tetapi posisinya sangat dekat dengan batas minimum. Daya tanggap dan bukti fisik berada di bawah adequate service, sedangkan keandalan, jaminan, dan empati berada di dalam ZOT. Tidak ada dimensi yang mencapai desired service.

Prioritas utama adalah item P14 mengenai kecepatan dan kejelasan penanganan produk cacat atau reject (MSA -0,510; gap -1,180), diikuti kenyamanan ruangan, kecepatan merespons keluhan, kesiapan memberi solusi, dan kelengkapan fasilitas. Toko perlu memulai perbaikan melalui SOP keluhan dan penukaran, target waktu respons, kewenangan penyelesaian yang jelas, pelatihan komunikasi, serta audit kenyamanan fasilitas. Penggunaan SERVQUAL bersama ZOT terbukti membantu menetapkan prioritas yang lebih operasional karena membedakan layanan yang belum ideal tetapi masih diterima dari layanan yang telah berada di bawah batas minimum pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1996). A measure of service quality for retail stores: Scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16. <https://doi.org/10.1007/BF02893933>
- Dam, S. M., & Dam, T. C. (2021). Relationships between service quality, brand image, customer satisfaction, and customer loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 585-593. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0585>
- Gagliano, K. B., & Hathcote, J. (1994). Customer expectations and perceptions of service quality in retail apparel specialty stores. *Journal of Services Marketing*, 8(1), 60-69. <https://doi.org/10.1108/08876049410053311>

- Hidayat, R., Tosungku, L. O. A. S., Safar, A., & Fathimahhayati, L. D. (2023). Analisis kualitas pelayanan menggunakan metode SERVQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA): Studi kasus PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur. *Jurnal Teknik Industri*, 9(2), 101-112.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce 2017: Business, technology, society* (13th ed.). Pearson.
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). Adequacy of sample size in health studies. *John Wiley & Sons*.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1-55.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: Implications for further research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124. <https://doi.org/10.1177/002224299405800109>
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Abdul Khannan, M. S. (2019). Penerapan metode Service Quality (SERVQUAL) untuk peningkatan kualitas pelayanan pelanggan. *Opsi*, 12(1), 1-11. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>
- Putri, A. P., Mindhayani, I., & Sari, A. D. (2021). Analisis kepuasan pelanggan De Laundry dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 129-136. <https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3954>
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan penelitian kuantitatif: Quantitative research approach*. Deepublish.
- Sinollah, S., & Masruro, M. (2019). Pengukuran kualitas pelayanan (SERVQUAL-Parasuraman) dalam membentuk kepuasan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan: Studi kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen. *Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 4(1), 45-64. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), 1-12. <https://doi.org/10.1177/0092070393211001>