



Analisis Kepuasan Pelanggan Percetakan Berkas Dengan Metode *Service Quality*

Nera Mayana Br. Tarigan¹, Dedi Candro Parulian Sinaga², Nurika Sari Siregar³, Shadiq Arif Musyaffa⁴

^{1,2,3,4} STMIK Pelita Nusantara, Jl. Iskandar Muda No 1, Medan, Indonesia

¹neramayana658@gmail.com, ²dedisisnaga27@gmail.com, ³nurikaagans94@gmail.com, ⁴sadiqarifmusyafa@gmail.com

ARTICLE INFORMATION

Received: Januari 15, 2026
 Revised: Januari 29, 2026
 Available online: Februari 08, 2026

KATA KUNCI

Pelanggan, SERVQUAL, Kualitas Pelayanan, Percetakan.

CORRESPONDENCE

Phone: +62 812-6691-7507
 E-mail: neramayana658@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Percetakan Berkas menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Percetakan Berkas. Instrumen penelitian disusun berdasarkan lima dimensi SERVQUAL yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode gap analysis untuk mengetahui perbedaan antara persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diinginkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada dimensi reliability berada pada kategori baik. Persentase kepuasan pelanggan pada setiap variabel yaitu Q1 sebesar 61,6%, Q2 sebesar 57%, Q3 sebesar 54,6%, Q4 sebesar 64,7%, dan Q5 sebesar 63,5%. Nilai kepuasan tertinggi terdapat pada ketepatan waktu pelayanan, sedangkan nilai terendah terdapat pada kesesuaian layanan dengan kebutuhan pelanggan. Meskipun sebagian besar pelanggan merasa puas, masih terdapat responden yang merasa tidak puas dan netral, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi Percetakan Berkas dalam meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan penelitian kualitas pelayanan pada sektor jasa percetakan skala UMKM menggunakan metode SERVQUAL.

tinggi dapat mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan dalam jangka panjang [4].

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam industri jasa [5]. Pelayanan yang berkualitas mencakup berbagai aspek seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, bukti fisik dan empati yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan [6]. Ketika pelanggan merasakan pelayanan yang baik, persepsi positif ini akan berujung pada tingkat kepuasan yang tinggi karena harapan mereka terhadap layanan telah terpenuhi atau terlampaui.

Penelitian empiris dalam berbagai konteks jasa menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen [7]. Kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan

1. PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis jasa yang semakin kompetitif, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan [1]. Pelanggan saat ini tidak hanya menilai produk dari sisi hasil akhir, tetapi juga dari pengalaman layanan yang mereka terima selama proses transaksi. Jika kualitas pelayanan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka hal tersebut dapat berdampak pada penurunan kepuasan, berkurangnya loyalitas pelanggan, serta menurunnya citra perusahaan [2]. Kualitas pelayanan yang baik terbukti memiliki hubungan langsung dengan tingkat kepuasan pelanggan, di mana peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan [3]. Selain itu, kepuasan pelanggan yang

pelanggan, dimana semua dimensi kualitas pelayanan terbukti meningkatkan kepuasan konsumen secara statistik [8]. Selain itu, hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan juga secara tidak langsung dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas karena kualitas pelayanan yang diberikan cenderung memiliki kecenderungan lebih besar untuk tetap menggunakan layanan yang sama dan tidak beralih ke pesaing [9].

Pada Percetakan Berkas, masih ditemukan beberapa keluhan pelanggan terkait waktu penyelesaian pesanan, ketepatan hasil cetak, dan respons karyawan terhadap permintaan khusus pelanggan. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi kesenjangan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan analisis secara sistematis untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Solusi yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan melakukan pengukuran kualitas pelayanan menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL).

Metode SERVQUAL mengukur kualitas layanan berdasarkan kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan melalui lima dimensi utama yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* [10]. Model ini banyak digunakan dalam penelitian kualitas layanan karena mampu mengidentifikasi aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan serta membantu perusahaan dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan [11]. Penelitian menunjukkan bahwa SERVQUAL efektif digunakan untuk mengevaluasi perbedaan antara harapan dan pengalaman pelanggan dalam berbagai sektor jasa [12].

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran objektif mengenai kualitas pelayanan Percetakan Berkas, serta menjadi dasar dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan penerapan metode SERVQUAL pada sektor jasa percetakan skala UMKM, khususnya pada konteks layanan yang telah dipengaruhi oleh digitalisasi pelayanan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Percetakan Berkas menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL). Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini mengolah data dalam bentuk angka yang diperoleh dari hasil kuesioner pelanggan, kemudian dianalisis untuk mengetahui tingkat kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.

Objek penelitian ini adalah pelanggan Percetakan Berkas yang berlokasi di Ujung Serdang, Kecamatan Tanjung Morawa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Percetakan Berkas, sedangkan sampel penelitian diambil menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu pelanggan yang pernah menggunakan jasa Percetakan Berkas dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Instrumen penelitian yang

digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan 2 dimensi metode SERVQUAL yaitu, *Reliability* (keandalan), dan *Responsiveness* (daya tanggap).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Percetakan Berkas, serta didukung dengan observasi langsung terhadap proses pelayanan. Data sekunder diperoleh dari studi literatur berupa jurnal ilmiah, buku referensi, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penggunaan data sekunder bertujuan untuk memperkuat landasan teori serta mendukung analisis penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan Percetakan Berkas berdasarkan dimensi *Service Quality* (SERVQUAL), khususnya pada dimensi *Reliability* dan *Responsiveness*. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden pelanggan Percetakan Berkas.

Pengukuran dilakukan menggunakan skala kepuasan yang dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu responden puas, tidak puas, dan netral.

1. Analisis Dimensi Reliability

Dimensi *Reliability* menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai janji, ketepatan waktu, serta konsistensi kualitas layanan [13]. Berdasarkan data kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi *Reliability*

Variabel Reliability	Persentase Responden Puas (%)	Persentase Responden Tidak Puas (%)	Responden Netral (%)
Q1	61.6	19.8	18.6
Q2	57	17.3	25.6
Q3	54.6	24.9	20.5
Q4	64.7	18.5	16.7
Q5	63.5	13.4	23.1

Berdasarkan Tabel diatas, Distribusi Tingkat Kepuasan Responden pada Dimensi *Reliability*, dapat diketahui bahwa secara umum pelanggan Percetakan Berkas menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup tinggi terhadap keandalan pelayanan yang diberikan. Rata-rata responden yang merasa puas mencapai sekitar 60.28%, sedangkan responden yang merasa tidak puas sebesar 18.78%, dan responden netral sebesar 20.90%. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum Percetakan Berkas telah mampu memberikan pelayanan yang cukup konsisten dan dapat dipercaya oleh pelanggan.

Pada indikator Q1, tingkat kepuasan pelanggan mencapai 61.6%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan menilai pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan sesuai dengan harapan. Persentase ketidakpuasan sebesar 19.8% menunjukkan masih terdapat sebagian pelanggan yang menilai pelayanan belum optimal. Nilai netral sebesar 18.6% menunjukkan adanya

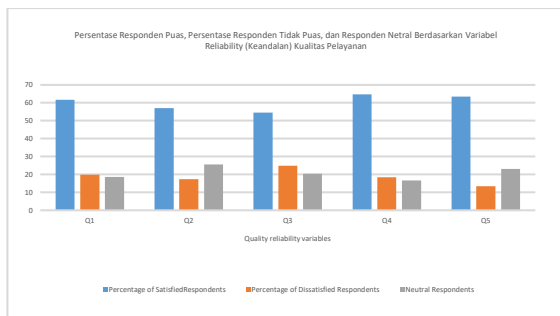
pelanggan yang belum memiliki penilaian yang kuat terhadap pelayanan yang diberikan.

Pada indikator Q2, tingkat kepuasan sebesar 57% menunjukkan bahwa lebih dari setengah responden merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Namun, nilai netral cukup tinggi yaitu 25.6%, yang mengindikasikan bahwa masih terdapat pelanggan yang belum sepenuhnya merasakan kualitas pelayanan secara maksimal.

Indikator Q3 menunjukkan tingkat kepuasan terendah pada dimensi Reliability yaitu sebesar 54.6%. Selain itu, persentase ketidakpuasan cukup tinggi yaitu 24.9%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan pada aspek pelayanan tertentu seperti ketepatan waktu penyelesaian pesanan atau konsistensi hasil cetakan.

Indikator Q4 menunjukkan tingkat kepuasan tertinggi yaitu sebesar 64.7%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat menilai baik kemampuan Percetakan Berkas dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji atau standar pelayanan yang telah ditetapkan.

Pada indikator Q5, tingkat kepuasan mencapai 63.5% dengan ketidakpuasan hanya 13.4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa pelayanan sudah cukup baik dan dapat diandalkan.



Gambar 1. Grafik Hasil Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Reliability

2. Analisis Dimensi Responsiveness

Dimensi *Responsiveness* menunjukkan kemampuan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat, tanggap, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan [14]. Berdasarkan data kuesioner diperoleh hasil sebagai berikut:

Variabel Responsiveness	Persentase Responden Puas (%)	Persentase Responden Tidak Puas (%)	Responden Netral (%)
Q6	64.7	14.8	20.5
Q7	39.1	35.3	25.6
Q8	48.7	29.4	21.8
Q9	50	26.3	23.7

Berdasarkan Tabel Distribusi Tingkat Kepuasan Responden pada Dimensi *Responsiveness*, diperoleh gambaran mengenai kemampuan Percetakan Berkas dalam memberikan pelayanan yang cepat, tanggap, serta kesediaan pegawai dalam membantu

pelanggan. Dimensi *Responsiveness* merupakan salah satu faktor penting dalam kualitas pelayanan jasa, karena berhubungan langsung dengan kecepatan respon pegawai terhadap kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata tingkat kepuasan responden pada dimensi *Responsiveness* sebesar 50.63%, sedangkan tingkat ketidakpuasan sebesar 26.45%, dan responden netral sebesar 22.90%. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berada pada kategori cukup, namun masih terdapat kesenjangan pelayanan yang perlu diperbaiki. Tingkat kepuasan yang belum dominan menunjukkan bahwa sebagian pelanggan masih merasakan pelayanan yang belum sepenuhnya cepat dan tanggap.

Pada indikator Q6, persentase kepuasan pelanggan mencapai 64.7%, yang merupakan nilai kepuasan tertinggi pada dimensi *Responsiveness*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menilai pegawai sudah cukup cepat dalam memberikan pelayanan dan merespon kebutuhan pelanggan.

Persentase ketidakpuasan hanya sebesar 14.8%, yang menunjukkan bahwa sebagian kecil pelanggan masih merasa pelayanan belum maksimal. Sedangkan responden netral sebesar 20.5% menunjukkan bahwa sebagian pelanggan belum memiliki penilaian yang kuat terhadap pelayanan pada indikator ini.

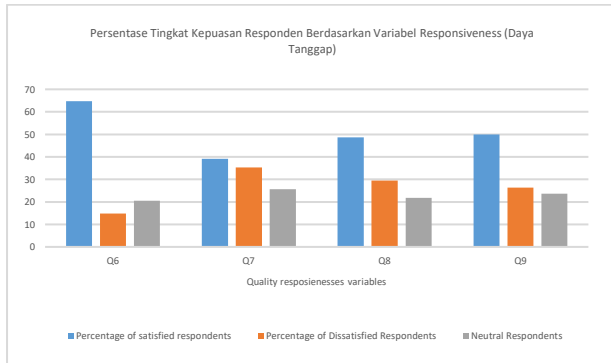
Secara umum, indikator Q6 dapat dikategorikan sebagai aspek pelayanan yang sudah berjalan dengan baik dan perlu dipertahankan.

Indikator Q7 menunjukkan kondisi yang perlu mendapat perhatian khusus. Tingkat kepuasan hanya sebesar 39.1%, yang merupakan nilai kepuasan terendah pada dimensi *Responsiveness*. Selain itu, tingkat ketidakpuasan cukup tinggi yaitu 35.3%, yang menunjukkan bahwa cukup banyak pelanggan yang merasa pelayanan belum cepat atau belum tanggap terhadap kebutuhan pelanggan. Tingginya nilai netral sebesar 25.6% juga menunjukkan bahwa masih banyak pelanggan yang menilai pelayanan belum konsisten. Kondisi ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti keterbatasan jumlah pegawai, proses pelayanan yang masih manual, atau kurangnya koordinasi antar pegawai. Indikator ini menjadi prioritas utama perbaikan pelayanan.

Pada indikator Q8, tingkat kepuasan sebesar 48.7%, yang menunjukkan bahwa hampir setengah responden merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Namun, tingkat ketidakpuasan sebesar 29.4% menunjukkan masih terdapat pelanggan yang merasa pelayanan belum maksimal. Responden netral sebesar 21.8% menunjukkan bahwa masih terdapat pelanggan yang belum merasakan pelayanan secara konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan pada indikator ini masih perlu ditingkatkan terutama dalam hal kecepatan pelayanan.

Pada indikator Q9, tingkat kepuasan sebesar 50%, yang menunjukkan bahwa setengah responden merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Tingkat ketidakpuasan sebesar 26.3% menunjukkan masih terdapat pelanggan yang belum puas

terhadap pelayanan yang diberikan. Responden netral sebesar 23.7% menunjukkan bahwa sebagian pelanggan masih belum merasakan pelayanan secara maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan sudah cukup baik, namun masih perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pelanggan secara optimal.



Gambar 2. Grafik Hasil Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Reliability Responsiveness

4. CONCLUSIONS

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL), diperoleh bahwa tingkat kepuasan pelanggan Percetakan Berkat pada dimensi reliability (keandalan) berada pada kategori baik. Hal ini terlihat dari persentase responden puas pada setiap variabel yaitu Q1 sebesar 61,6%, Q2 sebesar 57%, Q3 sebesar 54,6%, Q4 sebesar 64,7%, dan Q5 sebesar 63,5%. Nilai kepuasan tertinggi terdapat pada Q4 yaitu ketepatan waktu pelayanan sebesar 64,7%, sedangkan nilai kepuasan terendah terdapat pada Q3 sebesar 54,6%. Meskipun demikian, masih terdapat responden yang merasa tidak puas terutama pada Q3 sebesar 24,9%, serta responden netral tertinggi pada Q2 sebesar 25,6%, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi harapan pelanggan secara maksimal. Oleh karena itu, Percetakan Berkat perlu terus melakukan evaluasi dan peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] A. M. Muhammad, Y. A. Febrian, M. A. Z. SP, and A. Dutahatmaja, "Pentingnya Hubungan Bisnis dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan di Era Digital," *J. Ilm. Res. Student*, vol. 1, no. 5, pp. 53–60, 2024.

[2] I. R. Anggarawati, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta," *J. Indones. Sos. Sains*, vol. 2, no. 1, p. 464235, 2021.

[3] B. Budiarno, I. B. N. Udayana, and A. Lukitaningsih, "Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan," *Equilib. J. Penelit. Pendidik. Dan Ekon.*, vol. 19, no. 02, pp. 226–233, 2022.

[4] C. Umatin *et al.*, "Urgensi Mutu Pelayanan Customer Service Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah," *WADIAH*, vol. 8, no. 2, pp. 324–345, 2024.

[5] M. Yafiz, "Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Sistem Penyerahan

Santunan Pt Jasa Raharja Perwakilan Tk. I Medan," *Juremi J. Ris. Ekon.*, vol. 1, no. 6, pp. 647–652, 2022.

[6] R. K. Sianturi, "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PLN (Persero) ULP MEDAN KOTA (Studi Kasus Pelanggan Rumah Tangga Jl. Srikandi Medan Denai)," *IKRAITH-EKONOMIKA*, vol. 8, no. 3, pp. 1789–1800, 2025.

[7] A. A. Zain, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen," *Al-Maqashid J. Econ. Islam. Bus.*, vol. 2, no. 2, pp. 47–54, 2022.

[8] A. Permana, A. Suryaningprang, E. Herlinawati, and Y. Sudaryo, "Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Mie Gacooan Majalaya," *RIGGS J. Artif. Intell. Digit. Bus.*, vol. 4, no. 3, pp. 3102–3113, 2025.

[9] A. M. Azam, M. M. SE, L. Z. Mauluddiyah, R. Rukin, and A. Aisafitri, *Buku Kualitas Pelayanan dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Widina, 2025.

[10] A. A. Lestari, M. Syarif, and D. T. Anggarini, "ANALISIS KESENJANGAN KUALITAS PELAYANAN ADMINISTRASI DI KELURAHAN CAKUNG TIMUR MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL," *Musyari J. Manajemen, Akuntansi, dan Ekon.*, vol. 24, no. 9, pp. 821–830, 2025.

[11] A. Ma'rufah, "Strategi service quality sebagai media dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan jasa pendidikan," *EDUKASIA J. Pendidik. dan Pembelajaran*, vol. 4, no. 2, pp. 813–822, 2023.

[12] N. R. Safika, E. Y. Pramularso, and H. Hardani, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual di PT Wisata Rezeki Mulia," *J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 3, no. 3, pp. 769–780, 2025.

[13] A. Apriliana and S. Sukaris, "Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara," *J. Maneksi (Management Ekon. Dan Akuntansi)*, vol. 11, no. 2, pp. 498–504, 2022.

[14] K. A. Asyfiya, M. Fariza, and D. Lubis, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi TERRA (Tangibles, Emphaty, Reliablility, Responsiveness, Assurance) Di BSI KCP Cirebon Plered 1," *J. Witana*, vol. 2, no. 1, pp. 7–18, 2024.