



## **Teori *Servqual* dan *Customer Satisfaction*: Studi Kepuasan Pengguna Layanan Wifi.id Corner**

**Hermizahadiwidastra Hermizahadiwidastra<sup>1\*</sup>, Dedy Syamsuar<sup>2</sup>**  
[hermizahadiwidastra@unpra.ac.id](mailto:hermizahadiwidastra@unpra.ac.id)\*

\*Penulis korespondensi

<sup>1</sup>Universitas Prabumulih - Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Bina Darma - Indonesia

Diterima: 24 Apr 2022 | Direvisi: 29 Mei – 06 Okt 2022  
Disetujui: 19 Nov 2022 | Dipublikasi: 31 Des 2022  
Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi,  
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

### **ABSTRACT**

*For a company, it is important to know the satisfaction of the users of the services that have been provided. The wifi.id corner service has many users, so it is important to know the satisfaction of users of this service because it is one of the parameters for the success of a public service. In this study, the servqual model consisting of 5 dimensions is used, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Meanwhile, for customer satisfaction in this study, it refers to product quality, service quality, emotional factors, price, cost, and convenience. The purpose of this research is to determine the experience of wifi.id corner users by testing it using the servqual theory, and to know the expectations of users regarding their perception of wifi.id corner. The results of this study indicate that the gap analysis conducted shows that wifi.id corner available in Jambi City does not meet the expectations and standards set in the servqual theory. Therefore, overall, users consider that the wifi.id corner service has not been able to provide satisfaction to customers. In addition, positive value is given by service users towards the respondents' expectations for wifi.id corner service. This indicates that the five dimensions of service quality are considered important by service users.*

**Keywords:** customer satisfaction, wifi.id corner, servqual

### **ABSTRAK**

*Bagi perusahaan, penting untuk mengetahui kepuasan para pengguna dari layanan yang telah diberikan. Layanan wifi.id corner ini telah memiliki pengguna yang banyak, sehingga kepuasan pengguna dari layanan ini perlu untuk diketahui karena hal ini sebagai salah satu parameter keberhasilan dari suatu layanan publik. Pada penelitian ini menggunakan model servqual yang terdiri dari 5 dimensi, yaitu: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Sementara untuk customer satisfaction di dalam penelitian ini merujuk pada kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya dan kemudahan. Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengalaman dari pengguna wifi.id corner dengan mengujinya menggunakan teori servqual, dan mengetahui expectations dari pengguna terhadap persepsi wifi.id corner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis gap yang dilakukan menunjukkan bahwa wifi.id corner yang tersedia di Kota Jambi tidak memenuhi harapan dan standar yang ditetapkan dalam teori servqual. Oleh karena itu, secara keseluruhan pengguna menganggap bahwa layanan wifi.id corner belum dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Selain itu, nilai positif diberikan oleh pengguna layanan terhadap harapan responden untuk layanan wifi.id corner. Hal ini menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan dianggap penting oleh pengguna layanan.*

**Kata Kunci:** kepuasan pelanggan, wifi.id corner, servqual

## PENDAHULUAN

Saat ini, penggunaan *internet* di kalangan masyarakat mengalami peningkatan terutama pelajar dan mahasiswa yang sangat membutuhkan fasilitas layanan publik untuk dapat mengakses layanan *internet*. Layanan akses *internet* yang dimaksud pada penelitian ini, yaitu layanan *WiFi Corner* untuk jenis *wifi.id* (*wifi.id corner*). Penyediaan layanan publik ini sebagai salah satu usaha untuk mendukung program pemerintah dalam pemerataan akses *internet* di seluruh wilayah di Indonesia. Ketersediaan dan kualitas akses *internet* yang baik tentunya sangat diharapkan oleh para pengguna. PT Telekomunikasi Indonesia sebagai penyedia layanan akses *internet* untuk publik berbasis teknologi *Wireless Fidelity (WiFi)* menyediakan layanan *WiFi* dengan infrastruktur yang mendukung pengguna untuk menggunakan akses *internet* ketika berada di tempat umum. Fasilitas ini biasanya berada di sudut (*corner*) gedung tempat-tempat umum, seperti: cafe, pusat perbelanjaan, ruang tunggu hotel, kantin kampus dan memiliki kecepatan tinggi yang dengan mudah dapat dimanfaatkan oleh pengguna (Nareswari & Prasetyo, 2016; Siregar & Suliantoro, 2019).

Bagi perusahaan, penting untuk mengetahui kepuasan para pengguna dari layanan yang telah diberikan. Layanan *wifi.id corner* ini telah memiliki pengguna yang banyak, sehingga kepuasan pengguna dari layanan ini perlu untuk diketahui karena hal ini sebagai salah satu parameter keberhasilan dari suatu layanan publik (Suliantoro & Aisy, 2019). Beberapa penelitian yang pernah dilakukan terkait analisis kepuasan pengguna, antara lain: Fahreza et al. (2018) melakukan penelitian untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap harga produk, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan 78,1% kepuasan pengguna dipengaruhi oleh harga produk, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Kemudian, Alimansyah et al. (2017) menggunakan 3 variabel untuk menganalisis kepuasan pengguna, yaitu: kualitas pelayanan, aksesibilitas. Asmara & Ratnasari (2016) dan Pelealu (2021) menganalisis kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap pelayanan. Putera (2017) menyampaikan bahwa kualitas suatu produk atau layanan bukan dilihat dari siapa yang memberikan pelayanan, akan tetapi dilihat dari persepsi pengguna terhadap layanan tersebut. *Service quality* sangat diperlukan untuk mengevaluasi kualitas layanan dengan mempertimbangkan penilaian yang dilakukan oleh pelanggan layanan (Harianja et al., 2018; Pambudi, 2016).

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengalaman dari pengguna *wifi.id corner* dengan mengujinya menggunakan teori *servqual*, dan mengetahui *expectations* dari pengguna terhadap persepsi *wifi.id corner*. Pada penelitian ini menggunakan model *servqual* yang terdiri dari 5 dimensi, yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Peitzika et al., 2020; Pradana & Rochmoeljati, 2021). *Customer satisfaction* di dalam penelitian ini merujuk pada kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya dan kemudahan. *Customer satisfaction* menunjukkan perasaan yang dialami pelanggan terhadap produk, dalam hal ini akan ada perbandingan antara kesan dan kinerja dari produk tersebut.

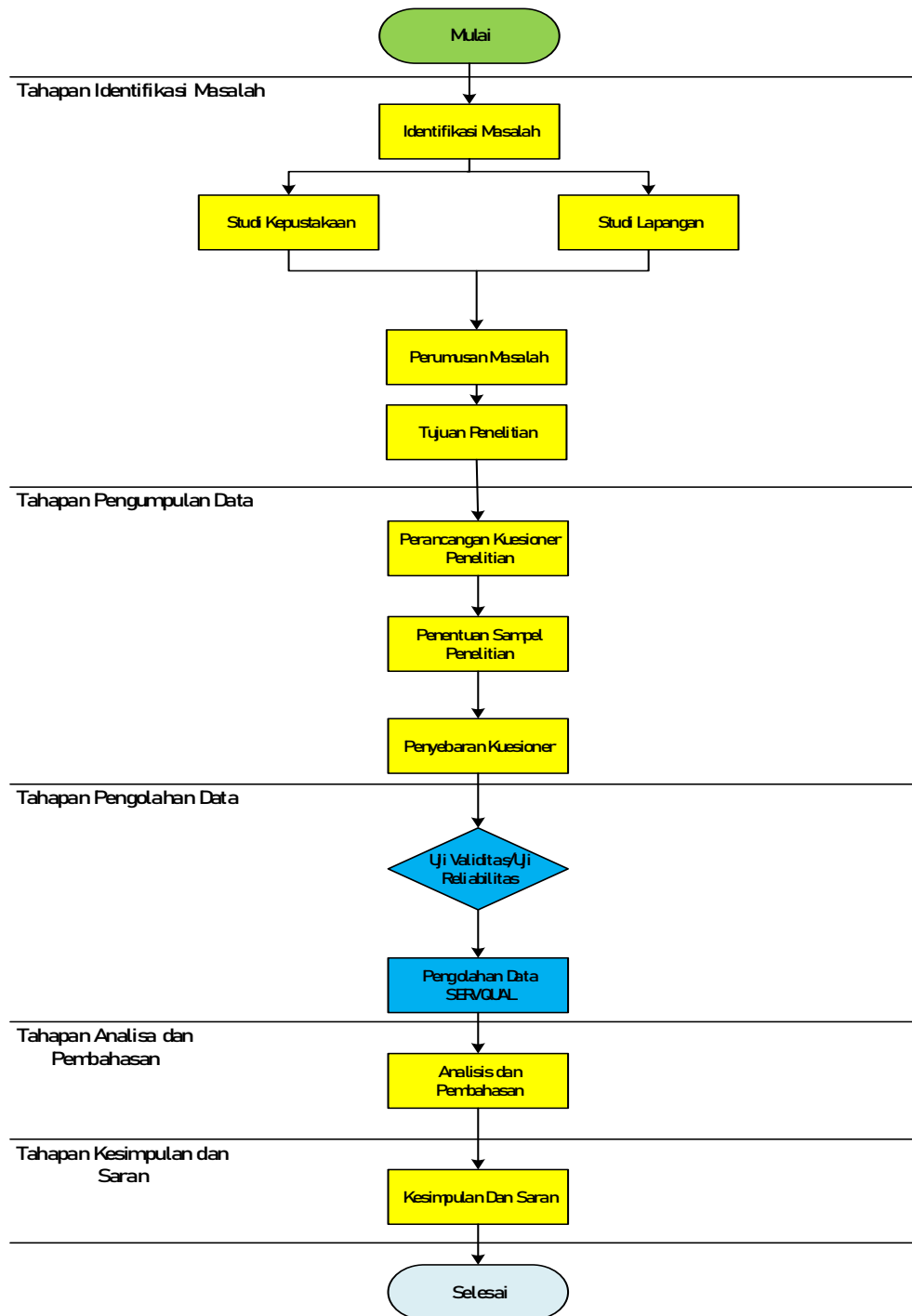
## METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini akan menggunakan model *servqual* yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Sedangkan *customer satisfaction* menggunakan dimensi kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya dan kemudahan. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 622 responden. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna layanan *wifi.id corner* di Kota Jambi, Provinsi Jambi. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terlebih dahulu pada sampel kecil berkisar 30 responden untuk memastikan setiap pertanyaan pada

kuesioner telah valid dan reliabel. Kuesioner yang telah valid dan reliabel kemudian disebarakan kepada seluruh responden penelitian.

## Tahapan Penelitian

Setiap tahapan dilakukan untuk memastikan bahwa penelitian sudah sesuai dengan perencanaan. Alur penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 1.

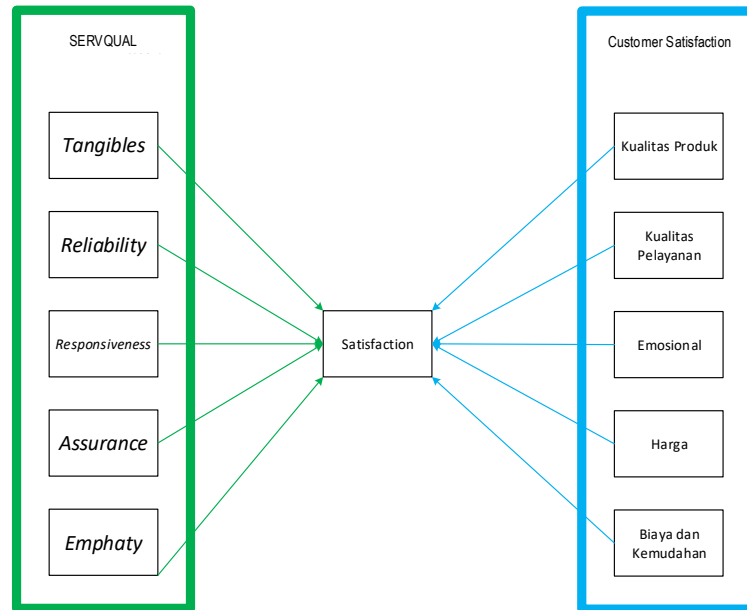


Gambar 1. Tahapan Penelitian

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Pengujian Menggunakan *Structural Equation Model (SEM)***

Pada penelitian ini digunakan *SEM* untuk menjelaskan hubungan yang terjadi antar variabel (Thakkar, 2020). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara teori *servqual* yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap *customer satisfaction* yang terdiri dari kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, biaya dan kemudahan dalam hal penggunaan layanan wifi.id corner. Model hubungan antar teori *servqual* dan *customer satisfaction* dapat dilihat pada Gambar 2.



**Gambar 2. Model Hubungan Antara *Servqual* dan *Customer Satisfaction***

Selanjutnya, dilakukan pengujian kecocokan model (*model fit*) dari setiap dimensi yang digunakan di dalam penelitian ini. Beberapa kriteria yang digunakan yaitu *Chi-Square*, *Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)*, nilai Probabilitas (P), *Goodness of Fit Indeks (GFI)*, *the Minimum Sample Discrepancy Function (CMIN/DF)*, *Adjusted Goodness Fit of Index (AGFI)*, *Incremental Fit Index (IFI)*, *Tucker Lewis Index (TLI)*, dan *Comparative Fit Index (CFI)*. Hasil dari pengujian *model fit* untuk dimensi *tangibles* (Tabel 1), *reliability* (Tabel 2), *responsiveness* (Tabel 3), *assurance* (Tabel 4), *emphaty* (Tabel 5), dan *customer satisfaction* (Tabel 6).

**Tabel 1. Model Fit Dimensi *Tangibles***

HASIL PERHITUNGAN AMOS									
	Chisquare CMIN (>0,05)	RMSEA (<0,08)	P (>0,05)	GFI (>0,09)	CMIND/DF (<2,00)	AGFI (>0,90)	IFI (>0,90)	TLI (>0,95)	CFI (>0,94)
Default Model	142.012	.121	0	.942	10.144	.884	.938	.907	.938
	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>

**Tabel 2. Model Fit Dimensi Reliability**

	HASIL PERHITUNGAN AMOS								
	Chisquare CMIN (>0,05)	RMSEA (<0,08)	P (>0,05)	GFI (>0,09)	CMIND/DF (<2,00)	AGFI (>0,90)	IFI (>0,90)	TLI (>0,95)	CFI (>0,94)
Default Model	47.745	.117	0	.969	9.549	.908	.925	.932	.966
	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>

**Tabel 3. Model Fit Dimensi Responsiveness**

	HASIL PERHITUNGAN AMOS								
	Chisquare CMIN (>0,05)	RMSEA (<0,08)	P (>0,05)	GFI (>0,09)	CMIND/DF (<2,00)	AGFI (>0,90)	IFI (>0,90)	TLI (>0,95)	CFI (>0,94)
Default Model	24.232	.134	0	.980	12.116	.900	.973	.919	.973
	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>

**Tabel 4. Model Fit Dimensi Assurance**

	HASIL PERHITUNGAN AMOS								
	Chisquare CMIN (>0,05)	RMSEA (<0,08)	P (>0,05)	GFI (>0,09)	CMIND/DF (<2,00)	AGFI (>0,90)	IFI (>0,90)	TLI (>0,95)	CFI (>0,94)
Default Model	13.765	0.97	.001	.989	6.883	.943	.986	.957	.986
	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>

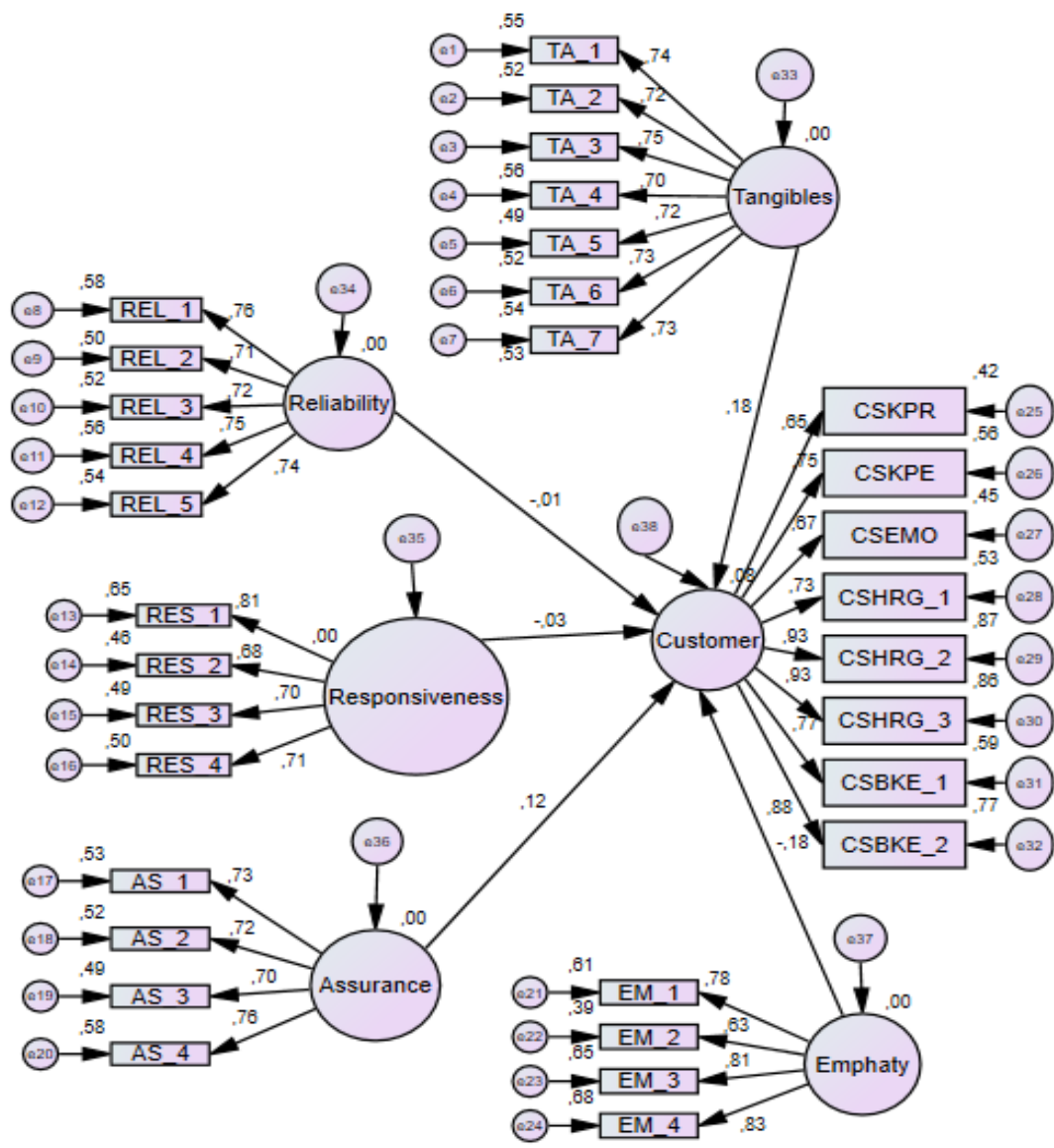
**Tabel 5. Model Fit Dimensi Empathy**

	HASIL PERHITUNGAN AMOS								
	Chisquare CMIN (>0,05)	RMSEA (<0,08)	P (>0,05)	GFI (>0,09)	CMIND/DF (<2,00)	AGFI (>0,90)	IFI (>0,90)	TLI (>0,95)	CFI (>0,94)
Default Model	2.318	.016	.314	.998	1.159	.991	1.0	.999	1.00
	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>	<i>good fit</i>

**Tabel 6. Model Fit Dimensi Customer Satisfaction**

	Chisquare CMIN (>0,05)	RMSEA (<0,08)	P (>0,05)	GFI (>0,09)	CMIND/DF (<2,00)	AGFI (>0,90)	IFI (>0,90)	TLI (>0,95)	CFI (>0,94)
Default Model	581.384	2.13	0	.749	29.069	.548	.864	.810	.864
	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>

Secara keseluruhan pengujian terhadap indikator-indikator yang digunakan telah dilakukan. Melihat dari hasil setiap indikator, maka seluruh indikator masih tetap digunakan dikarenakan tidak ada nilai < 0,5. Hasil perhitungan SEM dapat dilihat pada Gambar 3, pengujian hipotesis pada Tabel 7,



**Gambar 3. Stuctural Equation Model**

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

		Estimate	S.E.	C.R. (> 1,97)	P (< 0,05 / 0,001)	Hasil
Customer Satisfaction	← <i>Tangibles</i>	.172	.041	4.250	***	diterima
Customer Satisfaction	← <i>Reliability</i>	.014	.041	-.341	.733	ditolak
Customer Satisfaction	← <i>Responsiveness</i>	.030	.042	.708	.479	ditolak
Customer Satisfaction	← <i>Assurance</i>	.108	.040	2.687	.007	diterima
Customer Satisfaction	← <i>Emphaty</i>	.141	.034	-4.182	***	ditolak

Tabel 8. Model Fit Keseluruhan Structural Equation Model

HASIL PERHITUNGAN AMOS									
	Chisquare CMIN (>0,05)	RMSEA (<0,08)	P (>0,05)	GFI (>0,09)	CMIND/DF (<2,00)	AGFI (>0,90)	IFI (>0,90)	TLI (>0,95)	CFI (>0,94)
Default Model	5907.703	.138	0	.601	12.871	.541	.633	.603	.632
	<i>good fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>	<i>fit</i>

### Analisis Kesenjangan (Gap)

Analisis kesenjangan (gap) pada penelitian ini digunakan untuk mengevaluasi untuk menentukan perbedaan antara kondisi yang sebenarnya dan kondisi ideal suatu sistem, produk, layanan, dan organisasi. Analisis kesenjangan (gap) melibatkan identifikasi dan penilaian perbedaan antara posisi saat ini dan posisi yang diharapkan untuk meningkatkan kinerja dan memperbaiki kesenjangan tersebut (Addin et al., 2021; Chasanatussalma & Sidauruk, 2022; Irawan, 2020; Ritzkal & Rachmawati, 2022). Pada Tabel 9, dapat dilihat kesenjangan antara nilai persepsi dan nilai ekspektasi. Persepsi (sudut pandang) pada penelitian ini merujuk pada hasil pengamatan pelanggan terhadap suatu produk berdasarkan pengalaman masa lalu dari observasi yang pernah dilakukan, sedangkan harapan merujuk pada keinginan dari pelanggan tentang apa yang akan didapatkannya ketika berlangganan produk/jasa tersebut.

Tabel 9. Hasil Perhitungan Kesenjangan (Gap)

Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP
<i>Tangible</i>	2,85	5	-2,15
<i>Reliability</i>	2,80	5	-2,20
<i>Responsiveness</i>	3,00	5	-2,00
<i>Assurance</i>	3,00	5	-2,00
<i>Emphaty</i>	2,25	5	-2,75

Pada Tabel 9 dapat dilihat hasil perhitungan antara persepsi dan harapan dari pengguna terhadap layanan wifi.id corner. Nilai pada kolom persepsi dan kolom harapan didapatkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden di penelitian ini. Dapat diketahui bahwa pengguna layanan wifi.id corner memiliki harapan yang sangat

tinggi dari layanan yang diberikan, sementara itu nilai persepsi dari pelanggan sangat bervariasi. Nilai pada kolom gap didapatkan dengan cara mengurangi nilai harapan dan nilai persepsi.

Hasil dari perhitungan pada Tabel 9, dapat dijelaskan bahwa dimensi *Empathy* mendapatkan nilai gap tertinggi, yaitu sebesar -2,75. Dimensi *Empathy* berarti kemampuan yang diberikan penyedia jasa terhadap pelanggan terkait gangguan layanan atau informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini, sejalan dengan [Septiani et al. \(2020\)](#) yang menyatakan bahwa *Empathy* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya dari hasil pada penelitian ini diketahui bahwa dimensi *Tangible* dan *Reliability* mendapatkan nilai gap tinggi sebesar -2,15 dan -2,20. Dimensi *Tangible* menjelaskan mengenai kualitas produk secara fisik dan teknis. Dimensi ini membantu untuk menentukan apakah produk wifi.id corner sesuai dengan harapan pelanggan, misalnya material yang digunakan, dan desain produk. Sedangkan dimensi *Reliability* menjelaskan mengenai konsistensi produk atau layanan untuk membantu menentukan apakah produk atau layanan wifi.id corner telah memenuhi harapan pelanggan. Dimensi ini meliputi waktu respon dalam memperbaiki masalah, dan tingkat kesalahan atau kegagalan dalam layanan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan, bahwa dimensi *Tangible*, dan *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ([Anwarudin et al., 2022](#); [Famiyeh et al., 2018](#); [Hermansyah et al., 2020](#); [Ibrahim & Thawil, 2019](#)). Dimensi lainnya seperti *Responsiveness* dan *Assurance* juga memiliki nilai gap -2,00. Hal ini juga menunjukkan bahwa dimensi ini juga penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

## KESIMPULAN

Dari Penelitian ini dapat diketahui bahwa hasil pengukuran dengan analisis gap yang dilakukan menunjukkan wifi.id corner yang tersedia di Kota Jambi belum memenuhi harapan maupun standar yang ditetapkan di dalam teori *servqual*. Rata-rata jawaban dari responden memberikan penilaian cukup dan tidak puas. Dengan demikian, secara umum pengguna menilai bahwa layanan wifi.id corner belum dapat memberikan kepuasan pelanggan. Selain itu, *expectations* (harapan) pengguna layanan terhadap wifi.id corner mendapatkan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna layanan menganggap kelima dimensi kualitas pelayanan adalah penting bagi pengguna layanan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Addin, Q., Marchaban, M., & Sumarni, S. (2021). Analisis gap kualitas pelayanan dengan kepuasan pasien di instalasi farmasi rsu pku muhammadiyah delanggu menggunakan metode *servqual*. *Majalah Farmaseutik*, 17(2), 217-224. <https://journal.ugm.ac.id/majalahfarmaseutik/article/view/58692>
- Alimansyah, A., Lipneldi, L., & Dian, F. (2017). Analisis tingkat kepuasan pelanggan indihome pt telkom kota bengkulu. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 120-126. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/fisip/article/view/198>
- Anwarudin, A., Fadlil, A., & Yudhana, A. (2022). Analisis kualitas layanan sistem informasi akademik simak dengan pendekatan e-*servqual* gap. *RESISTOR (Elektronika Kendali Telekomunikasi Tenaga Listrik Komputer)*, 5(1), 85-96. <https://doi.org/10.24853/RESISTOR.5.1.85-96>
- Asmara, Y., & Ratnasari, V. (2016). Analisis kepuasan dan loyalitas pengunjung terhadap pelayanan di kawasan wisata goa selomangleng kota kediri dengan pendekatan structural equation modeling. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 5(2), 181-186. [https://ejournal.its.ac.id/index.php/sains\\_seni/article/view/16536](https://ejournal.its.ac.id/index.php/sains_seni/article/view/16536)



- Chasanatussalma, A., & Sidauruk, A. (2022). Implementasi profile matching dan gap pada website penerimaan karyawan baru pt cebong payment. *Jurnal Teknik Komputer*, 8(2), 147–155. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jtk/article/view/12827>
- Fahreza, F., Karnowahadi, K., & Suwardi, S. (2018). The influence of price, product, quality, and service quality on cotumers' satisfaction at telkom semarang wifi corner. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 4(1), 65–80. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/jobs/article/view/1490>
- Famiyeh, S., Asante-Darko, D., & Kwarteng, A. (2018). Service quality, customer satisfaction, and loyalty in the banking sector: The moderating role of organizational culture. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 35(8), 1546–1567. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-01-2017-0008/FULL/XML>
- Harianja, R. P., Amani, H., & Sagita, B. H. (2018). Analisis kebutuhan layanan indihome pt telekomunikasi indonesia di sto tegalega menggunakan integrasi service quality dan model kano. *EProceedings of Engineering*, 5(3). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/7802>
- Hermansyah, H., Veza, O., & Hernuning, N. (2020). Analisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan online shop gic. *Jurnal Industri Kreatif (JIK)*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.36352/JIK.V4I01.56>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. [https://www.researchgate.net/publication/335105877\\_pengaruh\\_kualitas\\_produk\\_dan\\_kualitas\\_pelayanan\\_terhadap\\_kepuasan\\_konsumen](https://www.researchgate.net/publication/335105877_pengaruh_kualitas_produk_dan_kualitas_pelayanan_terhadap_kepuasan_konsumen)
- Irawan, B. (2020). Analisis tingkat kepuasan pasien terhadap mutu pelayanan rumah sakit berdasarkan metode service quality (servqual). *Jurnal Keperawatan Dan Fisioterapi (JKF)*, 3(1), 58–64. <https://doi.org/10.35451/JKF.V3I1.522>
- Nareswari, M. M., & Prasetyo, A. (2016). Analisis kepuasan pemakai layanan wifi.id pada wifi.id corner di kota bandung. *EProceedings of Management*, 3(2), 1041–1046. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/1604>
- Pambudi, W. B. R. (2016). *Perbaikan kualitas pelayanan internet pt xyz dengan menggunakan service quality dan model kano* [Universitas Telkom]. <https://repository.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/121834/slug/perbaikan-kualitas-pelayanan-internet-pt-xyz-dengan-menggunakan-service-quality-dan-model-kano.html>
- Peitzika, E., Chatzi, S., & Kissa, D. (2020). Service quality expectations in the fitness center context: a validation of the expectations component of the servqual scale in greece. *Services Marketing Quarterly*, 41(2), 89–104. <https://doi.org/10.1080/15332969.2020.1742977>
- Pelealu, D. R. (2021). Analisis customer loyalty yang diprediksi oleh servqual, service innovation dan brand image melalui customer satisfaction. *REVITALISASI: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 141–156. <https://doi.org/10.32503/REVITALISASI.V10I1.1731>
- Pradana, F. I. H., & Rochmoeljati, R. (2021). Analisa peningkatan pelayanan pembelajaran daring (online) dengan implementasi metode service quality (servqual) dan importance performance analysis (ipa) di sma negeri 3 tuban. *Juminten: Jurnal Manajemen Industri Dan Teknologi*, 2(1), 156–167. <https://doi.org/10.33005/JUMINTEN.V2I1.224>

- Putera, J. M. Z. (2017). Analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna wifi corner di pt telkom cabang sumenep. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(2). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/21713>
- Ritzkal, R., & Rachmawati, R. F. (2022). Analisis gap evaluasi kualitas sistem e-learning di universitas ibn khaldun bogor. *Indonesian Journal of Electronics and Instrumentation Systems (IJEIS)*, 12(1), 47–56. <https://journal.ugm.ac.id/ijeis/article/view/72631/33695>
- Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis kualitas layanan sistem informasi akademik universitas abdurrahman terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode sevqual. *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131–143. <https://doi.org/10.36378/JTOS.V3I1.560>
- Siregar, S. D., & Suliantoro, H. (2019). Meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan wifi id dengan metode service quality (studi kasus pt telkom indonesia regional 1 sumatera). *Industrial Engineering Online Journal*, 7(4). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/23044>
- Suliantoro, H., & Aisy, N. R. (2019). Analisis kepuasan pelanggan wifi id corner dengan metode service quality dan quality function deployment pada wilayah usaha telekomunikasi pt telekomunikasi indonesia. tbk. tangerang. *Industrial Engineering Online Journal*, 8(3), 343–354. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/24307>
- Thakkar, J. J. (2020). Applications of Structural Equation Modelling with AMOS 21, IBM SPSS. In *Studies in Systems, Decision and Control* (Vol. 285, pp. 35–89). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-981-15-3793-6\\_4/COVER](https://doi.org/10.1007/978-981-15-3793-6_4/COVER)