

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA MIXUE SUMURBOTO TEMBALANG

**Dinda Prameswari Putri¹, Annisa Maraty Solekha¹,
Zahra Putri Aulia¹, Afifah Zahra Wahdy¹**

¹Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah 50275, Indonesia

dindaprameswariputri@students.undip.ac.id

Abstrak

Mixue merupakan gerai es krim terkenal di Indonesia dan sudah tersebar di berbagai daerah, namun bagaimana dengan kualitas pelayanan di cabang Sumurboto. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan di Mixue Sumurboto. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner yang peneliti sebar kepada para pelanggan Mixue Sumurboto dengan jumlah 18 item pertanyaan. Subjek pada penelitian ini berjumlah 35 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dengan bantuan aplikasi *software Jeffrey's Amazing Statistics Program (JASP) 0.17.1*. Hasil pada penelitian ini memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan di Mixue Sumurboto secara garis besar sudah baik dengan nilai rata-rata pada dimensi *tangible* 3.371, *reliability* sebesar 3.514, *responsiveness* 3.400, *assurance* 3.229 dan dimensi *empathy* 3.343.

Kata kunci: kualitas pelayanan; Mixue

Abstract

Mixue is a famous ice cream outlet in Indonesia and has spread in various regions, but what about the quality of service at the Sumurboto branch. The purpose of this study was to determine the quality of service at Mixue Sumurboto. The data collection technique used a questionnaire that the researchers distributed to Mixue Sumurboto customers with a total of 18 question items. The subjects in this study amounted to 35 people. The analysis technique used is descriptive analysis technique with the help of Jeffrey's Amazing Statistics Program (JASP) 0.17.1 software application. The results in this study show that the quality of service at Mixue Sumurboto is generally good, with an average value in the tangible dimension of 3.371, reliability of 3.514, responsiveness of 3.400, assurance of 3.229 and empathy dimension of 3.343.

Keywords: Mixue; service quality

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki banyak sekali gerai es krim yang diminati oleh para penggemar es krim, salah satunya adalah Mixue *Ice Cream & Tea*. Meskipun Mixue bukan perusahaan asli yang berasal dari Indonesia, melainkan berasal dari Zhengzhou, Henan, Tiongkok. Perusahaan tersebut telah berhasil membuka lebih dari 20.000 gerai di Tiongkok dan 500 gerai di berbagai negara, termasuk Indonesia. Mixue *Ice Cream & Tea* mulai beroperasi di Indonesia pada tahun 2020 dengan gerai pertamanya yang terletak di pusat perbelanjaan Cihampelas Walk (Ciwalk), Bandung, Jawa Barat.

Cabang gerai Mixue di Indonesia menciptakan kesan positif di kalangan penggemar es krim. Namun, untuk mendukung kesan positif tersebut, diperlukan bukti yang kuat terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dan layanan yang sebenarnya diterima oleh konsumen. (Aulia & Oktarina, 2024). Hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, sekaligus mendorong pelanggan untuk kembali, dan menyarankan layanan tersebut kepada orang lain (Anim & Indiani, 2020). Studi sebelumnya menandakan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian (Rahmawati dkk., 2023). Fakta tersebut menunjukkan bahwa perusahaan perlu memprioritaskan peningkatan kualitas layanan untuk memenuhi harapan pelanggan dan mendukung keputusan pembelian yang lebih baik (Putro & Hidayat, 2018). Menurut Ekowati dan Rahman (2021), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diterima. Hal tersebut dapat diukur menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL). Oleh karena itu, perusahaan dapat menganalisis elemen-elemen spesifik dari layanan yang mempengaruhi persepsi dan pengalaman pelanggan di Mixue Ice Cream & Tea dengan menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL) (Pratama & Wibowo, 2023)

Parasuraman dkk. (1985) mengembangkan model SERVQUAL yang sering digunakan sebagai kerangka kerja untuk mengukur kualitas layanan dapat dilakukan dengan menganalisis kesenjangan antara harapan dan realitas yang diterima serta persepsi pelanggan. SERVQUAL merupakan metode pengukuran kualitas kesenjangan antara persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan (Sembiring & Sinaga, 2021). Metode tersebut membantu perusahaan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen (Fajar dkk., 2024). Dimensi dalam metode tersebut mencakup *tangible* (berwujud) yang menggambarkan instalasi fisik dan penampilan, *reliability* (kehandalan) yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang dijanjikan, *responsiveness* (daya tanggap) yang menunjukkan kesediaan untuk membantu pelanggan, *assurance* (jaminan) yang berkaitan dengan sikap dan kepercayaan karyawan, dan *empathy* merupakan perhatian dan kepedulian terhadap pelanggan untuk penelitian ini (Kumar & Anand, 2024).

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan di Mixue *Ice Cream & Tea* dengan menggunakan model Servqual, sehingga dapat memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di gerai tersebut.

METODE

Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengevaluasi kualitas pelayanan di Mixue *Ice Cream & Tea*. Pendekatan kuantitatif dipilih untuk memastikan pengukuran yang objektif dan analisis statistik terhadap data yang diperoleh. Desain penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara kualitas pelayanan yang diberikan dan tingkat

kepuasan pelanggan.

Partisipan penelitian

Partisipan dalam penelitian ini adalah konsumen Mixue yang berlokasi di Tembalang, Sumurboto. Proses pengambilan data dilakukan melalui teknik *purposive sampling* untuk memilih responden berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang ditetapkan mencakup pria atau wanita yang telah melakukan pembelian produk di Mixue Sumurboto dan bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian.

Penelitian ini melibatkan 35 responden yang terdiri dari 20 pria (57,1%) dan 15 wanita (42,9%). Berdasarkan data demografis, rentang usia responden berkisar antara 18 hingga 45 tahun dengan nilai rata-rata (*mean*) usia sebesar 25,4 tahun dan deviasi standar (SD) sebesar 6,7 tahun. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam kelompok usia dewasa muda yang merupakan segmen pasar penting bagi produk es krim.

Dalam hal pendidikan, sebagian besar responden memiliki latar belakang pendidikan terakhir sebagai mahasiswa (65,7%), sedangkan sisanya terdiri dari lulusan SMA (25,7%) dan pasca sarjana (8,6%). Dengan demikian, profil partisipan mencerminkan keberagaman dalam hal jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan yang memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang konsumen Mixue di daerah tersebut. Peneliti memastikan bahwa setiap responden memenuhi kriteria yang telah ditentukan untuk mendapatkan data yang relevan dan representatif.

Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner kualitas pelayanan yang terdiri dari 18 aitem. Pengadaptasian dilakukan dari skala yang diteliti oleh Rahmawati dkk., (2023). Kuesioner ini bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen di Mixue *Ice Cream & Tea*. Setiap aitem menggunakan skala Likert dengan empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan rentang skor total antara 18 hingga 72. Instrumen ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hal tersebut menunjukkan nilai *Cronbach's alpha* di atas .70. Sebelum pengambilan data utama, kuesioner diuji coba pada sekelompok kecil responden dan hasilnya menunjukkan bahwa semua aitem dapat dipahami dengan baik. Contoh pertanyaan yang diajukan antara lain mencakup pernyataan tentang ketepatan waktu pelayanan dan sikap ramah karyawan. Dengan instrumen ini, penelitian bertujuan untuk memperoleh data yang valid dan reliabel mengenai kualitas pelayanan di Mixue.

Prosedur penelitian

Prosedur penelitian ini dirancang untuk memastikan kenyamanan dan keamanan partisipan selama proses pengambilan data. Langkah pertama adalah persiapan kuesioner yang disusun berdasarkan skala kualitas pelayanan dengan penyesuaian untuk konteks penelitian ini. Setelah kuesioner siap, peneliti melakukan seleksi responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam tahap ini, peneliti memastikan bahwa setiap partisipan memenuhi kriteria

yang telah ditentukan, seperti telah melakukan pembelian di Mixue Sumurboto dan bersedia untuk berpartisipasi.

Sebelum distribusi kuesioner, peneliti menyampaikan informasi yang jelas mengenai tujuan penelitian, prosedur yang akan dilaksanakan, dan manfaat yang diharapkan dari penelitian ini. Calon responden kemudian diminta untuk memberikan persetujuan melalui pernyataan *informed consent* yang menegaskan bahwa mereka memahami hak-hak mereka dan dapat menarik diri dari penelitian kapan saja tanpa menghadapi konsekuensi.

Setelah mendapatkan persetujuan, kuesioner disebarakan kepada responden yang terpilih. Responden diminta untuk mengisi kuesioner secara mandiri dalam suasana yang nyaman sehingga responden dapat memberikan jawaban yang jujur dan akurat. Setelah proses pengisian kuesioner selesai, data yang diperoleh dikumpulkan dan disimpan dengan aman untuk analisis lebih lanjut. Dengan mengikuti prosedur ini, peneliti berupaya untuk menciptakan lingkungan yang mendukung dan memastikan bahwa pengambilan data tidak menimbulkan kerugian bagi subjek penelitian.

Analisis data

Data yang diperoleh dari kuesioner dianalisis menggunakan aplikasi JASP untuk mengolah data penelitian dan melakukan uji hipotesis. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang kualitas pelayanan yang diterima oleh responden dan tingkat kepuasannya. Untuk analisis deskriptif, data dihitung rata-ratanya dan distribusi respon dari setiap aitem pertanyaan. Selain itu, analisis inferensial dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam analisis ini, taraf signifikansi yang digunakan adalah $p < .05$, yang menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh dianggap signifikan jika nilai p kurang dari $.05$. Dengan mengikuti langkah-langkah ini, penelitian bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan dan bagaimana hal itu berkontribusi terhadap kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Tabel 1, terhitung total seluruh responden yang telah mengisi skala kualitas pelayanan Mixue Sumurboto berjumlah 37 responden. Hal tersebut dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden berusia 20 tahun sebanyak 15 responden (40,5%), 19 tahun sebanyak 13 responden (35,1%), 21 tahun sebanyak 4 responden (10,8%), 18 tahun sebanyak 3 responden (8,1%), 22 tahun sebanyak 1 responden (2,7%), dan 15 tahun sebanyak 1 responden (2,7%). Responden mayoritas pada jenis kelamin yang mengisi skala kualitas pelayanan Mixue Sumurboto adalah perempuan, yaitu sebanyak 34 responden (91,9%) dan sisanya laki-laki sebanyak 3 responden (8,1%).

Tabel 1.

Karakteristik Responden

	Karakteristik N	%
Usia		
15	1	2,7
18	3	8,1
19	13	35,1
20	15	40,5
21	4	10,8
22	1	2,7
Jenis Kelamin		
Laki-laki	3	8,1
Perempuan	34	91,9

Tabel 2.

Uji Deskriptif

	<i>Tangible</i>	<i>Reliability</i>	<i>Responsiveness</i>	<i>Assurance</i>	<i>Emphaty</i>
<i>Valid</i>	35	35	35	35	35
<i>Missing</i>	0	0	0	0	0
<i>Mean</i>	3.371	3.514	3.400	3.229	3.343
<i>Std. Deviation</i>	0.490	0,507	0.497	0.426	0.482
<i>Minimum</i>	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
<i>Maximum</i>	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000

Berdasarkan Tabel 2, hasil analisis uji deskriptif secara keseluruhan menunjukkan bahwa total skor tertinggi rata-rata yang diperoleh sekitar 3,514 pada aspek *reliability*. Skala yang digunakan pada penelitian ini menggunakan format respon 1 - 4 dengan 4 kategori, yaitu skor 1 menunjukkan keterangan sangat tidak setuju, skor 2 menunjukkan keterangan tidak setuju, skor 3 menunjukkan keterangan setuju, dan skor 4 menunjukkan keterangan tidak setuju dengan jumlah aitem sebanyak 18 butir. Uji deskriptif pada data terkait menunjukkan hasil yang mayoritasnya menilai baik atau sesuai dengan harapan responden mengenai kualitas pelayanan yang ada di Mixue Sumurboto.

Tabel 3.
Skor Kualitas Pelayanan Mixue Sumurboto

Kategori	Jumlah	Persentase
Sangat setuju (72 - 58.5)	13	34,92%
Setuju (58.6 - 45)	23	57,96%
Tidak Setuju (45.1 - 32)	1	7,12%
Sangat tidak setuju (33 - 18)	0	0%

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki skor pada kategori setuju dengan persentase 57,96% atau sebanyak 23 orang. Kemudian, persentase terbesar kedua ada pada kategori sangat setuju, yaitu 34,92% atau sebanyak 13 orang. Sementara 1 dari 37 orang memiliki kategori tidak setuju. Hal tersebut berarti bahwa kualitas pelayanan Mixue Sumurboto termasuk baik dilihat dari hasil rata-rata skor responden yang mengisi skala kualitas pelayanan Mixue Sumurboto.

Tabel 4.
Hasil Analisis Dimensi *Tangible*

	<i>Valid</i>	<i>Missing</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>
Lokasi Mixue Tembalang, Sumurboto mudah ditemukan dan dijangkau	35	0	3.429	0.558	2.000	4.000
Tempat pelayanan terlihat bersih dan nyaman	35	0	3.257	0.611	1.000	4.000
Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman	35	0	2.971	0.453	1.000	4.000
Penempatan barang/produk dan label harga yang rapi	35	0	3.314	0.471	1.000	4.000

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui bahwa dari ke-4 item yang ada pada dimensi *tangible*, item nomor tiga memiliki rata-rata paling kecil dengan nilai 2.971. Item yang paling tinggi rata-rata nya berada pada item nomor satu, yaitu sebesar 3.429. Hal tersebut menunjukkan jika mayoritas pengunjung Mixue merasa bahwa lokasi Mixue Tembalang, Sumurboto mudah ditemukan dan dijangkau.

Tabel 5.
 Hasil Analisis Dimensi *Reliability*

	<i>Valid</i>	<i>Missing</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>
Pelayanan yang diberikan beragam sesuai kebutuhan pelanggan	35	0	3.371	0.490	2.000	4.000
Penyajian produk tepat waktu	35	0	3.371	0.490	2.000	4.000
Produk disajikan dengan cepat	35	0	3.400	0.604	2.000	4.000
Harga produk yang ditawarkan terjangkau	35	0	3.343	0.482	2.000	4.000

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui bahwa Dari ke-4 item yang ada pada dimensi *reliability*, item nomor delapan memiliki rata-rata paling kecil dengan nilai 3.343. Item yang paling tinggi rata-rata nya berada pada item nomor lima dan enam, yaitu sebesar 3.400. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan Mixue beragam dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, penyajian produk yang diberikan oleh Mixue tepat waktu.

Tabel 6.
 Hasil Analisis Dimensi *Responsiveness*

	<i>Valid</i>	<i>Missing</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>
Karyawan cekatan dalam bekerja	35	0	3.371	0.547	2.000	4.000
Karyawan melayani keluhan dengan cepat	35	0	3.257	0.505	2.000	4.000
Kemudahan mendapatkan informasi tentang produk yang ditawarkan	35	0	3.429	0.502	3.000	4.000
Kemudahan mendapat bantuan karyawan	35	0	3.257	0.443	3.000	4.000

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui bahwa dari ke-4 item yang ada pada dimensi *responsiveness*, item nomor sepuluh dan dua belas memiliki rata-rata paling kecil dengan nilai 3.257. Item yang paling tinggi rata-rata nya berada pada item nomor sebelas, yaitu sebesar 3.429. Hal tersebut menunjukkan jika pelanggan puas dengan kemudahan untuk mendapatkan informasi tentang produk yang ditawarkan Mixue.

Tabel 7.
Hasil Analisis Dimensi *Assurance*

	<i>Valid</i>	<i>Missing</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>
Adanya ganti rugi apabila terjadi kesalahan dalam penyajian produk	35	0	3.000	0.243	2.000	4.000
Kemampuan karyawan dapat dipercaya	35	0	3.286	0.458	3.000	4.000
Kualitas produk yang diberikan baik	35	0	3.457	0.505	3.000	4.000

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa dari ke-3 item yang ada pada dimensi *assurance*, item nomor tiga belas memiliki rata-rata paling kecil dengan nilai 3.000. Item yang paling tinggi rata-rata nya berada pada item nomor lima belas. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan puas karena kualitas produk yang diberikan Mixue baik.

Tabel 8.
Hasil Analisis Dimensi *Emphaty*

	<i>Valid</i>	<i>Missing</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>
Mendahulukan kepentingan pelanggan	35	0	3.229	0.426	3.000	4.000
Keramahan karyawan saat melayani pelanggan	35	0	3.371	0.490	3.000	4.000
Karyawan melayani dengan tidak Diskriminatif (membeda-bedakan)	35	0	3.343	0.591	2.000	4.000

Berdasarkan Tabel 8, dapat diketahui bahwa dari ke-3 item yang ada pada dimensi *empathy*, item nomor enam belas memiliki rata-rata paling kecil dengan nilai 3.229. Item yang paling tinggi rata-rata nya berada pada item nomor tujuh belas. Hal tersebut menunjukkan bahwa karyawan Mixue melayani para pelanggannya dengan ramah.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa dari 35 konsumen Mixue Tembalang, Sumurboto yang berpartisipasi dalam pengisian skala *servqual*, responden secara keseluruhan menyatakan bahwa tingkat pelayanan memiliki nilai yang cukup baik. Hasil penelitian menunjukkan rerata nilai yang tinggi pada setiap dimensi pelayanan, yaitu *tangible* dengan rerata 3.371, *reliability* dengan rerata 3.514, *responsiveness* dengan rerata 3.400, dimensi *assurance* dengan rerata 3.229, dan *empathy* dengan rerata 3.343. Temuan ini mengindikasikan bahwa Mixue Tembalang, Sumurboto memiliki kualitas pelayanan yang baik.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif melalui kuesioner untuk mengukur kualitas pelayanan di Mixue Sumurboto. Perlu dipertimbangkan beberapa kekurangan, terutama dalam hal kedalaman data yang diperoleh. Dengan hanya mengandalkan satu metode, penelitian ini mungkin kehilangan nuansa dan konteks yang dapat diungkap melalui pendekatan kualitatif, seperti wawancara mendalam atau diskusi kelompok. Oleh karena itu, disarankan untuk menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian mendatang. Pendekatan campuran ini tidak hanya akan memperkaya pemahaman tentang persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, tetapi juga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan perspektif yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga hasil analisis menjadi lebih kuat dan dapat diandalkan.

REFERENSI

- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kembali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99-108.
- Aulia, N. K., & Oktarina, R. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di salon kecantikan Beautylicious Kota Padang. *Intelletika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(6), 39-46. <https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i6.1938>.
- Ekowati, D., & Rahman, A. F. (2021). Analisis pengukuran kualitas pelayanan konsumen dengan metode *servqual*. *Jurnal Solusi*, 16(2), 147-159. <https://doi.org/https://doi.org/10.51277/keb.v16i2.99>.
- Fajar, M., Rauf, N., Ahmad, A., & Fole, A. (2024). Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan distribusi Benur Vanname menggunakan metode *servqual* dan IGA Pada PT. EPU. *JAPSI: Jurnal Aplikasi dan Pengembangan Sistem Industri*, 2(3), 20-28.

- Kumar, K. N., & Anand, B. (2024). Comparing patients' satisfaction: Quality of service in public vs. private hospitals in Puducherry, India. *In Organization, Purpose, and Values* (pp. 193-204). Routledge.
- 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.
- Pratama, R., & Wibowo, S. W. (2023). Reevaluasi asumsi klasik dalam meningkatkan pengalaman pelanggan: Sebuah analisis mendalam pada teori pelayanan pelanggan. *Musyitari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(12), 111-121.
- Putro, A. S., & Hidayat, I. (2018). Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan word of mouth (Wom) terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Bandeng Pak Elan 2 Gresik. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(10).
- Rahmawati, D., Aulawi, H., Kurniawati, R., & Fitria Sari, T. (2023). Pengukuran kualitas layanan berdasarkan dimensi service quality (servqual) dengan metode zone of tolerance (zot) dan kano pada pet world. *Jurnal Teknik Industri*, 18(1), 21–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jati.18.1.21-32>
- Sembiring, J., & Sinaga, B. (2021). Penerapan metode servqual dalam menentukan tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan pengurusan surat izin usaha mikro dan kecil pada kantor camat dolat rayat kabupaten karo. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi*, 4(2), 165–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.32672/jnkti.v4i2.29>