

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *SERVICE QUALITY-FUZZY* DI AFRA MART

Anna Nikmatulloh¹⁾, Minto Waluyo²⁾, dan Enny Ariyani³⁾

^{2,3}Program Studi Teknik Industri,
Fakultas Teknik, UPN “Veteran” Jawa Timur
Email : annanik29@gmail.com

ABSTRAK

Afra Mart adalah salah satu penyedia jasa layanan *frozen seafood* di Sidoarjo yang di miliki oleh PT. Samudra Kencana Mina. Sampai saat ini, pada Afra Mart belum dapat memenuhi kepuasan pelanggan terbukti dari adanya beberapa komplain pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan metode *servqual-fuzzy* serta memberikan usulan perbaikan sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan. Pengambilan data dilakukan kepada pelanggan di Afra Mart sebagai responden dengan menggunakan 90 sampel kuisioner. Pengolahan data dilakukan dengan fuzzifikasi, defuzzifikasi, pembobotan entropi serta perhitungan *servqual-fuzzy* (gap) tanpa bobot dan terbobot. Penelitian ini menghasilkan nilai *servqual-fuzzy* (gap) terbobot dengan menggunakan 5 dimensi yang stiap dimensinya memiliki beberapa atribut. Atribut yang perlu dilakukan prioritas perbaikan yaitu fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla) yang tersedia mencukupi dengan nilai -0,0118. Keamanan dilingkungan sekitar (misal Kendaraan yang diparkir) dengan nilai -0,0117. Karyawan mampu memenuhi permintaan konsumen dengan nilai -0,0089. Karyawan melayani dengan cepat dengan nilai -0,0085. Karyawan melakukan transaksi dengan cepat dengan nilai -0,0082.

Kata Kunci : *frozen seafood*, *servqual-fuzzy*, pembobotan entropi, gap

ABSTRACT

Afra Mart is one of the providers of frozen seafood services in Sidoarjo which is owned by PT. Samudra Kencana Mina. Until now, Afra Mart has not been able to meet customer satisfaction as evidenced by the existence of several customer complaints. This study aims to determine the level of customer satisfaction with servqual-fuzzy method and provide improvement suggestions as an effort to increase customer satisfaction. Data was collected to customers in Afra Mart as respondents using 90 questionnaires. Data processing is done by fuzzification, defuzzification, entropy weighting and servqual-fuzzy (gap) calculation without weight and weight. This study yields a weighted servqual-fuzzy (gap) value using 5 dimensions which has several dimensions attributes. Attributes that need to be done priority improvement is the supporting facilities (toilet, parking area, musholla) that is available sufficient with the value of -0.0118. Security in the surroundings (eg Parked Vehicles) with a value of -0.0117. Employees are able to meet consumer demand with a value of -0.0089. Employees serve quickly with a value of -0.0085. Employees make transactions quickly with a value of -0.0082.

Keywords: *fishery industry, frozen seafood, servqual-fuzzy, entropy weighting, gap*

I. PENDAHULUAN

Industri perikanan merupakan salah satu sektor industri yang menjadi primadona di dalam penyumbang devisa Indonesia. Sebagai negara kepulauan dengan potensi perikanan laut sebesar 6,7 juta ton per tahun, Indonesia merupakan salah satu negara pengekspor terbesar komoditas perikanan dunia. Dalam rangka mendukung peningkatan pertumbuhan ekonomi di sektor perikanan dan pemenuhan tuntutan pasar ekspor, kajian ilmiah yang berorientasi pada peningkatan kinerja industri perikanan *frozen seafood* perlu dilakukan dengan berdasarkan ilmu pengetahuan dan teknologi modern untuk bisa bersaing khususnya dalam kualitas pelayanan terhadap para konsumen dan pelanggannya.

Afra Mart adalah salah satu penyedia jasa layanan *frozen seafood* di Sidoarjo yang di miliki oleh PT. Samudra Kencana Mina. Sampai saat ini, pada Afra Mart belum dapat memenuhi kepuasan pelanggan terbukti dari adanya beberapa komplain pelanggan.

Berawal dari permasalahan yang belum memenuhi kepuasan pelanggan, maka perlu diadakan suatu penelitian tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan, sehingga tidak timbul suatu gap antara keinginan dan harapan suatu konsumen terhadap kualitas layanan yang diterimanya. Permasalahan diatas dapat diselesaikan dengan metode *Fuzzy (Triangular Fuzzy Number)* yang digunakan untuk menghilangkan subjektivitas yang ada pada saat mengumpulkan data melalui pengisian kuisioner dan metode *Service Quality (Servqual)* untuk menilai tingkat pelayanan. Hasil yang didapatkan akan digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan di Afra Mart telah sesuai dengan harapan pelanggannya atau tidak dan usulan untuk perbaikan di Afra Mart, hal ini akan tercipta kualitas pelayanan yang lebih baik dimasa yang akan datang sehingga akan dapat membantu Afra Mart untuk memuaskan pelanggannya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Service Quality

Service Quality merupakan suatu pilihan skala yang ringkas namun memiliki tingkat kepercayaan dan kebenaran yang cukup tinggi dimana suatu manajemen perusahaan dapat menggunakan agar lebih mengerti bagaimana persepsi pelanggan dan harapan mereka terhadap layanan yang diberikan (Perdana, 2012).

Service Quality mencakup lima dimensi yang dijadikan patokan dalam mengukur kualitas pelayanan yang terdiri dari:

1. *Tangibles*
Tampilan dari fasilitas fisik, peralatan, penampilan karyawan, dan materi komunikasi dari pelayanan jasa tersebut.
2. *Reliability*
Kemampuan untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
3. *Responsiveness*.
Kemampuan dan kemauan untuk menanggapi permintaan/keluhan dari pelanggan secara cepat dan memuaskan.
4. *Assurance*
Jaminan dari pelayanan yang mereka berikan sehingga pelanggan percaya kepada pemberi pelayanan tersebut.
5. *Empathy*
Perhatian yang bersifat pribadi yang diberikan perusahaan pada pelanggannya.

B. Persepsi dan Ekspektasi

Service Quality terdiri atas 2 bagian yaitu bagian harapan yang berisi pernyataan untuk mengetahui harapan umum dari pengguna jasa yang berhubungan dengan pelayanan (jasa) dan bagian persepsi yang berisi pernyataan yang sesuai dengan bagian harapan.

Untuk mengukur penilaian penggunaan jasa terhadap perusahaan yang ingin diteliti dalam kategori pelayanan (jasa) (Perdana,2012).

C. Teori fuzzy

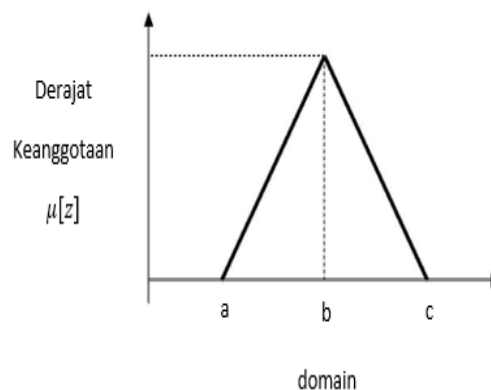
Pencetus gagasan *fuzzy* adalah Pror. L. a. Zadeh tahun 1965 dari *California University*. Zadeh memodifikasi teori himpunan dimana setiap anggotanya memiliki derajat keanggotaan yang bernilai kontinu antara 0 sampai 1. Himpunan ini disebut Himpunan Kabur (*Fuzzy Set*) (Kusumadewi, 2002 dalam Nurdianto, 2008).

Selama beberapa dekade yang lalu, himpunan *Fuzzy* dan hubungannya dengan logika *Fuzzy* telah digunakan pada lingkup domain permasalahan yang cukup luas. Lingkup ini antara lain mencakup kendali proses, klasifikasi dan pencocokan pola, manajemen dan pengambilan keputusan, riset operasi, ekonomi, dll.

Pada prinsipnya himpunan *fuzzy* adalah perluasan himpunan *crisp*, yaitu himpunan yang membagi sekelompok individu kedalam dua katagori, yaitu anggota dan bukan anggota. Dalam kondisi nyata, beberapa aspek dalam dunia nyata selalu atau biasa berada diluar model matematis dan bersifat *inexact*. Ketidak pastian inilah yang menjadi dasar munculnya logika *fuzzy*.

D. Triangular Fuzzy Number

Menurut definisi (Dubois & Prades, 1978 dalam Abdolvand & Taghipouryan, 2011) bilangan fuzzy z adalah set fuzzy dan itu adalah *membership function*. Ini adalah rumus umum untuk menggunakan *fuzzy triangular number*. Kurva segitiga pada dasarnya merupakan gabungan antara 2 garis (linear) seperti terlihat pada gambar 1 (Kusumadewi, 2013):



Gambar 1 *Triangular Fuzzy Number* (Kusumadewi, 2013)

E. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau tidak kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tse dan Wilton, 1998 dalam Ariyani, 2009).

Engel, at al (1990) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang pernah dibeli sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang peroleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Engel, at all, 1990 dalam Ariyani, 2009).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2003 dalam Ariyani, 2009).

F. Kepuasan Pelanggan

Menurut (Chau & Kao, 2009 dalam Abdolvand & Taghipouryan, 2011) untuk setiap dimensi pelayanan dan total kepuasan pelanggan disusun rumus kepuasan pelanggan sebagai berikut berikut:

$$Q = P - E \dots \dots \dots (1)$$

Dimana:

Q = Kualitas Pelayanan Pelanggan

E = Harapan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan

P = Pelayanan yang sesungguhnya diterima

G. Entropi

Pembobotan entropi digunakan untuk menyelidiki keserasian dalam diskriminasi (ke tidakadilan) pada diantara sekumpulan data. metode ini bisa digunakan untuk berbagai jenis data, baik kuantitatif maupun kualitatif. Selain itu metode ini juga tidak mensyaratkan bahwa satuan maupun range dari tiap kriteria harus sama (Ariyani, 2009).

Dalam penelitian ini metode penilaian adalah menggunakan angka integer ganjil antara 1 sampai 9. Tiap angka menunjukkan tingkat kepentingan tertentu, mulai dari angka 1, yaitu sangat tidak penting, sampai angka 9 yang menunjukkan bahwa kriteria tersebut sangat penting. Adapun prosedur pembobotan entropi dalam pengolahan data ini adalah sebagai berikut:

- Tiap nilai yang ditetapkan pengambil keputusan dikurangkan terhadap nilai paling ideal dari skala penilaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 9.
- Nilai yang diperoleh dari langkah pertama tersebut (k_{ij}) dibagi dengan total nilai untuk semua atribut. Hal ini dirumuskan sebagai berikut:

$$a_{ij} = k_{ij} / \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n k_{ij} \dots \dots \dots (2)$$

Dimana:

m = jumlah pengambilan keputusan

n = jumlah atribut

- Menghitung nilai entropi dengan rumus sebagai berikut:

$$E(W_m) = \left(\frac{1}{\ln(m)} \right) \times \sum_{i=1}^n a_{ij} \cdot \ln(a_{ij}) \dots \dots \dots (3)$$

- Disperse dari tiap atribut dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut:

$$D_j = 1 - E_i \dots \dots \dots (4)$$

- Asumsi total bobot adalah 1. Dengan demikian untuk mendapatkan nilai bobot tiap atribut maka harus dilakukan normalisasi nilai disperse, sehingga:

$$w_j = D_j / \sum D_j \dots \dots \dots (5)$$

III. METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisioner yang diisi oleh pelanggan Afra Mart di PT. Samudra Kencana Mina. Penelitian mulai dilakukan pada bulan Desember 2016 – Maret 2017.

B. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel merupakan bagian dari langkah penelitian yang dilakukan peneliti dengan cara menentukan variabel-variabel yang ada dalam penelitiannya. Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini meliputi:

- Variabel Terikat

Yaitu variabel yang nilainya tergantung dari variasi perubahan variabel bebas. Variabel yang diteliti adalah kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan di Afra Mart diukur berdasarkan kepuasan pelanggan yang memanfaatkan pelayanan di Afra Mart.

2. Variabel Bebas

Yaitu variabel yang mempengaruhi variasi perubahan nilai variabel terikat, yang meliputi: a. *Tangibles*, b. *Reliability*, c. *Responsiveness*, d. *Assurance*, e. *Empathy*

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan perhitungan, maka dapat diketahui hasil kepuasan pelanggan dengan metode *servqual-fuzzy* untuk mengetahui atribut yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di afra mart menggunakan pembobotan *entropy*. Berikut hasil tertera pada tabel 1:

TABEL 1
RANKING NILAI *SERVQUAL (GAP)* TANPA BOBOT

Ranking	Atribut	Keterangan	<i>Servqual-fuzzy (gap) tanpa bobot</i>
1.	X ₁₃	Fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla) yang tersedia mencukupi	-0,788
2.	X ₄₄	Keamanan dilingkungan sekitar (misal Kendaraan yang diparkir)	-0,729
3.	X ₂₁	Karyawan mampu memenuhi permintaan konsumen	-0,592
4.	X ₂₂	Karyawan melayani dengan cepat	-0,534
5.	X ₅₁	Karyawan menanggapi komplain dan keluhan konsumen dengan sopan dan ramah	-0,523
6	X ₃₂	Karyawan segera meminta maaf apabila terjadi kesalahan,	-0,523
7.	X ₃₁	Karyawan melakukan transaksi dengan cepat	-0,512
8.	X ₄₂	Kualitas produk atau jasa sesuai dengan harga yang ditetapkan	-0,466
9.	X ₄₁	Produk yang ditawarkan terjamin kualitasnya,	-0,455
10.	X ₁₂	Ruangan yang bersih dan nyaman	-0,445
11.	X ₅₂	Karyawan mampu mendengarkan dan menerima masukan dari konsumen dengan sikap positif	-0,443
12.	X ₄₃	Kesopanan karyawan	-0,375
13.	X ₁₁	Karyawan melayani konsumen dengan penampilan yang rapi	-0,308

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa atribut yang memiliki nilai *servqual-fuzzy tanpa bobot (gap)* terbesar merupakan atribut yang paling buruk penilainnya merupakan atribut X₁₃ yaitu fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla) yang tersedia mencukupi dengan nilai -0,788. Nilai ini menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan paling besar antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap atribut X₁₁. Sedangkan, untuk atribut yang memiliki nilai *servqual-fuzzy tanpa bobot (gap)* terendah merupakan atribut yang paling baik penilainnya merupakan atribut X₁₁ yaitu karyawan melayani konsumen dengan penampilan yang rapi dengan nilai -0,308. Nilai ini menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan paling besar antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap atribut X₁₁.

TABEL 2
RANKING HASIL NILAI *SERVQUAL-FUZZY* TERBOBOT

Ranking	Atribut	Keterangan	<i>Servqual-fuzzy (gap) Terbobot</i>
1.	X ₁₃	Fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla) yang tersedia mencukupi	-0,0118
2.	X ₄₄	Keamanan dilingkungan sekitar (misal Kendaraan yang diparkir)	-0,0117

3.	X ₂₁	Karyawan mampu memenuhi permintaan konsumen	-0,0089
4.	X ₂₂	Karyawan melayani dengan cepat	-0,0085
5.	X ₃₁	Karyawan melakukan transaksi dengan cepat	-0,0082
6.	X ₅₁	Karyawan menanggapi komplain dan keluhan konsumen dengan sopan dan ramah	-0,0078
7.	X ₅₂	Karyawan mampu mendengarkan dan menerima masukan dari konsumen dengan sikap positif	-0,0071
8.	X ₄₂	Kualitas produk atau jasa sesuai dengan harga yang ditetapkan	-0,007
9.	X ₄₁	Produk yang ditawarkan terjamin kualitasnya.	-0,0068
10.	X ₄₃	Kesopanan karyawan	-0,0064
11.	X ₁₂	Ruangan yang bersih dan nyaman	-0,0062
12.	X ₃₂	Karyawan segera meminta maaf apabila terjadi kesalahan.	-0,0047
13.	X ₁₁	Karyawan melayani konsumen dengan penampilan yang rapi	-0,0046

Sumber : Data primer diolah

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa atribut yang memiliki nilai *servqual-fuzzy* tanpa bobot (*gap*) terbesar merupakan atribut yang paling buruk penilainnya merupakan atribut X₁₃ yaitu fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla) yang tersedia mencukupi dengan nilai -0,0118. Nilai ini menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan paling besar antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap atribut X₁₃. Sedangkan, untuk atribut yang memiliki nilai *servqual-fuzzy* tanpa bobot (*gap*) terendah merupakan atribut yang paling baik penilainnya merupakan atribut X₃₂ yaitu karyawan segera meminta maaf apabila terjadi kesalahan dengan nilai -0,0047. Nilai ini menunjukkan bahwa terjadi kesenjangan paling besar antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap atribut X₃₂. Dari kedua hasil tabel perhitungan di atas dapat dikatakan peringkat 5 nilai kesenjangan terbesar adalah sama. Dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 3
NILAI KESEJANGGAN TERBESAR

Ranking	Atribut	Keterangan	<i>Servqual-fuzzy (gap)</i> Terbobot
1.	X ₁₃	Fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla) yang tersedia mencukupi	-0,0118
2.	X ₄₄	Keamanan dilingkungan sekitar (misal Kendaraan yang diparkir)	-0,0117
3.	X ₂₁	Karyawan mampu memenuhi permintaan konsumen	-0,0089
4.	X ₂₂	Karyawan melayani dengan cepat	-0,0085
5.	X ₃₁	Karyawan melakukan transaksi dengan cepat	-0,0082

Sumber : Data primer diolah

Atribut-atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki oleh Afra Mart adalah fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla) yang tersedia mencukupi dengan nilai *servqual-fuzzy* (Gap) terbobot -0,0118, keamanan dilingkungan sekitar (misal Kendaraan yang diparkir) diberikan tukang parkir untuk menjaga keamanan kendaraan dengan nilai *servqual-fuzzy* (Gap) terbobot -0,0117 karyawan mampu memenuhi permintaan konsumen dengan nilai *servqual-fuzzy* (Gap) terbobot -0,0089, karyawan melayani dengan cepat dengan nilai *servqual-fuzzy* (Gap) terbobot -0,0085 dan karyawan melakukan transaksi dengan cepat dengan nilai *servqual-fuzzy* (Gap) terbobot -0,0082.

Dari hasil prioritas yang muncul di atas selanjutnya dilakukan pencarian alternatif solusi terbaik untuk memperbaiki kekurangan yang ada. Berikut alternatif solusi perbaikan dapat dilihat pada tabel 4 dibawah ini:

TABEL 4
SOLUSI ALTERNATIF PERBAIKAN

Ranking	Atribut	Keterangan	Solusi alternatif perbaikan
1.	X ₁₃	Fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla) yang tersedia mencukupi	• Ditambahnya Fasilitas pendukung (toilet, area parkir,

			musholla)
2.	X ₄₄	Keamanan dilingkungan sekitar (misal Kendaraan yang diparkir)	Diberikan tukang parkir untuk menjaga keamanan kendaraan
3.	X ₂₁	Karyawan mampu memenuhi permintaan konsumen	- Menentukan prioritas permintaan konsumen yang biasa tidak terpenuhi - Segera disediakannya permintaan konsumen yang biasa tidak terpenuhi
4.	X ₂₂	Karyawan melayani dengan cepat	- Karyawan diberikan pelatihan untuk melayani konsumen dengan cepat - Diadakannya evaluasi bulanan kecepatan karyawan
5.	X ₃₁	Karyawan melakukan transaksi dengan cepat	- Karyawan diberikan pelatihan tentang melakukan transaksi - Diadakannya evaluasi bulanan terhadap transaksi yang dilakukan karyawan

Sumber : Data primer diolah diolah

Solusi alternatif atribut-atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki oleh Afra Mart adalah fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla) yang tersedia mencukupi dengan solusi alternatif ditambahnya fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla); keamanan dilingkungan sekitar (misal Kendaraan yang diparkir) dengan solusi alternatif diberikan tukang parkir untuk menjaga keamanan kendaraan; karyawan mampu memenuhi permintaan konsumen dengan solusi alternatif menentukan prioritas permintaan konsumen yang biasa tidak terpenuhi, segera disediakannya permintaan konsumen yang biasa tidak terpenuhi; karyawan melayani dengan cepat dengan solusi alternatif karyawan diberikan pelatihan untuk melayani konsumen dengan cepat, diadakannya evaluasi bulanan kecepatan karyawan; karyawan melakukan transaksi dengan cepat dengan solusi alternatif karyawan diberikan pelatihan tentang melakukan transaksi, diadakannya evaluasi bulanan terhadap transaksi yang dilakukan karyawan. Dari hasil penelitian tersebut bahwa metode *service quality-fuzzy* dapat menunjukkan kekurangan pelayanan pada afra mart yang akan digunakan untuk perbaikan kualitas pelayanan pelanggan. Dengan solusi alternatif perbaikan tersebut diharapkan afra mart dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasanya.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Tingkat kepuasan pelanggan dengan metode *servqual-fuzzy* yang didapat bernilai semuanya negatif, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan Afra Mart sangat tidak memuaskan pelanggan ditandai oleh hasil nilai negatif *servqual-fuzzy* (gap) terbobot.
2. Usulan perbaikan terhadap 5 besar yang diprioritaskan sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan di Afra Mart adalah fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla) yang tersedia mencukupi dengan solusi alternatif ditambahnya fasilitas pendukung (toilet, area parkir, musholla); keamanan dilingkungan sekitar (misal Kendaraan yang diparkir) dengan solusi alternatif diberikan tukang parkir untuk menjaga keamanan kendaraan; karyawan mampu memenuhi permintaan konsumen dengan solusi alternatif menentukan prioritas permintaan konsumen yang biasa tidak terpenuhi, segera disediakannya permintaan konsumen yang biasa tidak terpenuhi; karyawan melayani dengan cepat dengan solusi alternatif karyawan diberikan pelatihan untuk melayani konsumen dengan cepat, diadakannya evaluasi bulanan kecepatan karyawan; karyawan melakukan transaksi dengan cepat dengan solusi

alternatif karyawan diberikan pelatihan tentang melakukan transaksi, diadakannya evaluasi bulanan terhadap transaksi yang dilakukan karyawan.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan pada afra mart adalah sebagai berikut:

1. Pihak manajemen afra mart sebaiknya secara kontinyu memberikan arahan-arahan dan pelatihan kepada karyawan serta meningkatkan intensitas komunikasi antara manajemen, karyawan dan pelanggan.
2. Perlunya pengukuran kualitas pelayanan secara periodik dan berkesinambungan agar selalu dapat melihat perubahan tingkat persepsi dan tingkat harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan ada sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga dari waktu ke waktu untuk menghadapi dunia jasa *frozen seafood* yang semakin berkembang.
3. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh afra mart sebagai masukan terhadap apa yang selama ini dirasakan pelanggan untuk memperbaiki kualitas pelayanan di afra mart kedepannya agar lebih baik lagi.

VI. PUSTAKA

- Abdolvyan, Mohammad Ali, dan Mohammad Javad Taghipourya (2011) Evaluation of Customs Service Quality by Using Fuzzy ServQual and Fuzzy MCDM, American Journal of Scientific Research, ISSN 1450-223x ISSU 35 (2011), PP. 89-103
- Ariyani, Enny, (2009), Peningkatan Kualitas Pelayanan jasa kesehatan di instalasi rawat inap dengan metode Servqual-fuzzy (studi di rumah sakit umum daerah (RSUD) Jombang), Jurnal Penelitian Ilmu Teknik Vol. 9, No. 1, Juni 2009 : 58-69.
- Hui, Mei ling, dan Lazim Abdullah, (2013), Interval-Valued Intuitionistic Fuzzy Weighted Entropy in Evaluation Of Service Quality, International Journal Of Informatics And Communication Technology Vol. 2, No. 1, January 2013, Pp. 17-24.
- Jurnal, n.d [Online] Availabel at <http://skripsitip.staff.ub.ac.id/files/2014/08/Rizkiyatul-Mauliddiya.pdf> . Diakses tanggal 11 Februari 2017.
- Jurnal, n.d [Online] Availabel at <http://skripsitip.staff.ub.ac.id/files/2014/09/Nindya-Nur-Fajriyah.pdf> . Diakses tanggal 11 Februari 2017.
- Kusumadewi, Sri, (2002), “Analisa dan Desain Sistem Fuzzy Menggunakan Tool Box Matlab”, edisi ke-1, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kusumadewi, Sri dan Hari Purnomo, 2013, *Aplikasi Logika Fuzzy untuk Pendukung Keputusan Edisi 2*, Yogyakarta, Graha Ilmu
- Nurdiyanto, Dodik Fredo, (2008), “Usaha Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan Fuzzy Dan Metode Service Quality Pada Pusat Perbelanjaan Assalaam Hypermarket”, Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Perdana, Dennis Pudya Adi, (2012), “Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Metode Service Quality Dan Fuzzy Di Rajawali Hotel Dan Restaurant Telengria-Pacitan”, Teknik Industri, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
- Rosiani, Lia, dan Iyan Bachtiar, (2016), Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) dan Logika Fuzzy di Instalasi Rawat Inap Rumah Sakit Tni-Au Dr.M.Salamun Bandung, Jurnal Teknik Industri Vol. 2, No.2 2016 : 153-159.
- Singh R. dan Naurang Singh Mangat, 20013 “Elements of Survey Sample” ISBN 978-94-017-14044 eBook
- Supranto, J, (2011), “Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan”, Rineka Cipta, Jakarta.
- Tedja, Jeffry J. and Joyce Raymond B. Punzalam, (2012), On The Misuse of Slovin’s Formula, The Philippine statistician Vol. 61 No. 1 (2012), pp. 129-136
- Tjiptono, Fandy, (2002), *Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.