



Computer Based Information System Journal

ISSN (Print): 2337-8794 | E- ISSN : 2621-5292
web jurnal : <http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/cbis>



ANALISIS KUALITAS LAYANAN PEMESANAN TIKET ONLINE TAMAN HIBURAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL STUDI KASUS: (TRANS STUDIO, DUFAN, TMII)

Feby Putri¹, Titin Kristiana²

^{1,2}Universitas Nusa Mandiri, Indonesia.

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: July 2025
Diterbitkan Online: Maret 2026

KATA KUNCI

Keywords: Service Quality, Online Ticketing, SERVQUAL, Amusement Parks, User Satisfaction.

KORESPONDENSI

E-mail:
feby.ph12@gmail.com
Titin.tka@nusamandiri.ac.id

A B S T R A C T

The advancement of digital technology has driven many amusement parks to offer online ticket booking services. However, the quality of these services still raises concerns, such as unfriendly user interfaces, delayed payment confirmations, and slow customer service responses. This study aims to analyze the quality of online ticket booking services at three major amusement parks—Trans Studio, Dunia Fantasi (Dufan), and Taman Mini Indonesia Indah (TMII)—and measure the gap between user expectations and perceptions using the SERVQUAL method. This quantitative research involved distributing questionnaires to 390 respondents. The research instrument is based on five SERVQUAL dimensions: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The results reveal that all three amusement parks showed negative gap scores, indicating that the services did not meet user expectations. TMII recorded the highest average gap of -0.44, while Trans Studio had the smallest gap of -0.27, making it the park with the best perceived service quality. Assurance and Reliability were identified as the most problematic dimensions. This study contributes by helping amusement park managers evaluate and improve their digital service systems to better meet customer expectations.

I. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses layanan publik, termasuk dalam pembelian tiket hiburan. Taman hiburan di Indonesia seperti Trans Studio, Dunia Fantasi (Dufan), dan Taman Mini Indonesia Indah (TMII) kini telah menyediakan layanan pemesanan tiket secara online guna meningkatkan kenyamanan pengunjung. Transformasi ini didorong oleh meningkatnya penggunaan internet dan kebutuhan akan transaksi yang cepat, efisien, dan fleksibel. Laporan Survei APJII 2024 menunjukkan bahwa 79,5% pengguna internet di Indonesia telah

memanfaatkan layanan digital untuk pemesanan tiket hiburan. Temuan ini mencerminkan pergeseran signifikan menuju sistem pemesanan berbasis online, yang menuntut perusahaan untuk menyediakan layanan yang cepat, nyaman, dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, pemesanan tiket secara online telah menjadi pilihan utama bagi masyarakat modern.

Namun, penerapan sistem digital tidak selalu berjalan mulus. Pengguna masih menghadapi berbagai kendala seperti tampilan antarmuka yang tidak ramah pengguna, keterlambatan konfirmasi tiket, serta respons layanan pelanggan yang lambat. Responsivitas

layanan pelanggan yang rendah ketika pengguna menghadapi masalah sering kali menyulitkan mereka untuk menghubungi layanan bantuan [1]. Masalah-masalah ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dialami pengguna terhadap kualitas layanan digital.

Hal ini dapat mengakibatkan ketidakpuasan dan bahkan menurunnya minat konsumen untuk berkunjung. Lebih lanjut, terdapat perbedaan persepsi di antara pengguna mengenai kualitas layanan yang diberikan. Sebagian pengunjung merasa puas karena kemudahan dan kecepatan transaksi, sementara yang lain merasa bahwa sistem tersebut belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi mereka. Ketimpangan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dialami pengguna terkait kualitas layanan pemesanan tiket online yang tersedia [2].

Untuk mengatasi berbagai permasalahan yang muncul dalam layanan pemesanan tiket online, diperlukan pendekatan yang dapat mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan secara komprehensif dari sudut pandang pengguna. Untuk mengukur dan mengevaluasi kesenjangan ini secara sistematis, dibutuhkan pendekatan yang tepat. Salah satu metode yang banyak digunakan dalam menilai kualitas layanan adalah metode SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry. Metode ini mengukur kualitas layanan berdasarkan lima dimensi utama: Tangibles (bukti fisik), Reliability (keandalan), Responsiveness (ketanggapan), Assurance (jaminan), dan Empathy (empati). Metode ini telah terbukti efektif dalam mengidentifikasi area layanan yang mengalami kekurangan berdasarkan persepsi pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan pemesanan tiket online pada tiga taman hiburan di Indonesia, yaitu Trans Studio, Dunia Fantasi (Dufan), dan Taman Mini Indonesia Indah (TMII), dengan menggunakan pendekatan SERVQUAL. Fokus analisis adalah untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pengguna pada masing-masing dimensi layanan, serta membandingkan tingkat kualitas layanan di antara ketiga objek penelitian. Melalui pendekatan kuantitatif dan pengolahan data kuesioner

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah memberikan kontribusi wawasan empiris kepada pengelola taman hiburan mengenai kualitas layanan digital dari perspektif pelanggan, serta memberikan rekomendasi strategis untuk peningkatan layanan berbasis data. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan layanan tiket online yang lebih baik di sektor hiburan dan pariwisata.

II. Kajian Literatur

Beragam penelitian sebelumnya telah digunakan sebagai acuan oleh penulis dalam merancang dan melaksanakan penelitian ini, di antaranya sebagai berikut:

2.1 Kualitas Layanan

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai sejauh mana kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kenyataan layanan yang mereka terima. Kualitas layanan telah menjadi salah satu faktor dominan yang menentukan keberhasilan suatu organisasi. Peningkatan kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh intensitas persaingan antar perusahaan, perkembangan teknologi, kondisi perekonomian, serta dinamika sosial dan budaya masyarakat [3].

2.2 Pemesanan Tiket Online

Pemesanan tiket online merupakan suatu sistem atau perangkat lunak yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian produk atau jasa secara elektronik melalui internet. Sistem ini telah menjadi salah satu komponen vital dalam praktik bisnis modern, khususnya dengan meningkatnya tren perdagangan elektronik. Perkembangan teknologi informasi turut mendorong transformasi dalam cara perusahaan menjalin hubungan dengan konsumennya [4].

2.3 Model Servqual

Servqual merupakan metode yang banyak digunakan dalam mengukur kualitas pelayanan. Pengukuran kualitas untuk produk fisik berbeda dengan pengukuran dalam sektor jasa. Pendekatan ini diawali dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan, yang terdiri dari dua aspek penilaian berdasarkan skala Likert: tingkat pentingnya suatu aspek layanan menurut pelanggan, dan persepsi mereka terhadap kinerja aktual layanan tersebut [5]. Terdapat lima dimensi utama dalam Servqual, yaitu:

1. Tangible (Bukti Fisik)

Merujuk pada tampilan fasilitas fisik, perlengkapan, sumber daya manusia, dan media komunikasi yang dapat diamati secara langsung oleh pelanggan [6].

2. Reliability (Keandalan)

Kemampuan penyedia jasa untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat waktu dan akurat [7]

3. Responsiveness (Daya Tanggap)

Kesediaan dan kemampuan staf layanan dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan secara cepat dan tepat [8].

4. Assurance (Jaminan)

Pengetahuan, kesopanan, dan kredibilitas penyedia jasa dalam membangun kepercayaan dan rasa aman bagi pelanggan [9].

5. Empathy (Empati)

Kemampuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara individual, serta memberikan perhatian personal yang tulus [10].

2.4 SPSS

SPSS (Statistical Product and Service Solution) merupakan perangkat lunak statistik yang banyak digunakan dalam kegiatan penelitian ilmiah untuk mendukung proses analisis data. Aplikasi ini menyediakan akses terhadap berbagai jenis data dan memungkinkan input data secara langsung melalui *Data Editor*. Dalam konteks yang lebih luas, statistika memegang peranan strategis dalam mendukung pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), terutama melalui kontribusinya dalam pengolahan dan interpretasi data secara sistematis [11].

2.5 Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan [12].

2.6 Trans Studio

Dalam konteks meningkatnya minat masyarakat terhadap rekreasi keluarga, industri taman hiburan di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Trans Studio hadir sebagai salah satu destinasi indoor theme park modern yang menggabungkan wahana permainan, pertunjukan, dan pusat perbelanjaan dalam satu area. Dikelola oleh Trans Corp, Trans Studio menawarkan berbagai informasi dan layanan online melalui situs resminya, termasuk fitur pemesanan tiket online. Menargetkan audiens menengah ke atas, taman hiburan ini diperkirakan akan mencapai 1,5–2 juta pengunjung pada tahun pembukaannya. Pada momen libur Lebaran, pengunjung harian bisa meningkat hingga 4.000 orang, naik sekitar 50 % dibanding hari biasa. Pemilihan objek ini dilandasi oleh posisinya sebagai pelopor hiburan indoor yang memiliki cakupan pengunjung luas dari berbagai daerah [13].

2.7 Dunia Fantasi (Dufan)

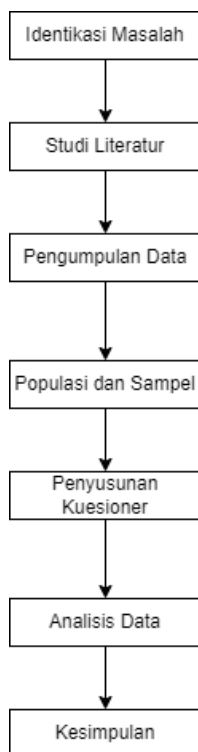
Sebagai salah satu taman hiburan tertua di Jakarta, Dunia Fantasi (Dufan) terus menarik minat masyarakat melalui wahana permainan dan konsep tematiknya yang terbagi berdasarkan budaya dunia. Taman hiburan ini menjadi salah satu daya tarik utama di Ancol dan rutin mencapai hingga 9.000–10.000 pengunjung per hari pada akhir pekan atau momen liburan. Target kunjungan tahunan Dufan mencapai sekitar 2,3 juta pengunjung setelah masa pandemi. Dufan memanfaatkan media sosial dan situs resminya sebagai saluran informasi dan pemesanan tiket online, yang juga menjadi referensi utama bagi calon pengunjung dalam membuat keputusan kunjungan [14].

2.8 Taman Mini Indonesia Indah (TMII)

Taman Mini Indonesia Indah (TMII) merupakan ikon pariwisata budaya di DKI Jakarta, yang merepresentasikan keberagaman budaya Indonesia dalam satu kawasan seluas 150 hektar. Setelah mengalami renovasi, TMII menghadirkan layanan digital seperti pemesanan tiket secara online melalui website resmi yang baru. Pemilihan TMII sebagai objek penelitian didasarkan pada transformasi digital yang sedang berlangsung, yang relevan untuk dianalisis dalam konteks kualitas layanan berbasis online [15].

III. Metodologi

Penelitian ini dilaksanakan melalui sejumlah langkah sistematis yang disusun untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Adapun alur pelaksanaan penelitian dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 1. Metode Penelitian

(Sumber : Penulis, 2025)

A. Identifikasi Masalah

Langkah awal dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi permasalahan yang

berkaitan dengan kualitas layanan pemesanan tiket online pada tiga objek wisata, yaitu Trans Studio, Dunia Fantasi (Dufan), dan Taman Mini Indonesia Indah (TMII). Permasalahan tersebut disimpulkan berdasarkan observasi awal, keluhan konsumen yang diungkapkan melalui media sosial, serta telaah terhadap literatur yang relevan.

B. Studi Literatur

Peneliti melakukan Studi Literatur untuk memperoleh dasar teori yang mendukung pelaksanaan penelitian. Referensi yang digunakan berasal dari jurnal ilmiah, buku-buku akademik, serta hasil penelitian sebelumnya yang membahas topik sejenis, khususnya yang berkaitan dengan kualitas layanan dan metode Servqual.

C. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat utama. Kuesioner disusun berdasarkan lima dimensi dalam metode Servqual, yakni tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Kuesioner digunakan untuk mengukur harapan dan persepsi pengguna layanan tiket online pada objek wisata yang diteliti. Proses penyebaran survei dilakukan secara Online.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengguna yang pernah melakukan pemesanan tiket online pada Trans Studio, Dufan, dan TMII di wilayah Jabodetabek. Pemilihan populasi ini didasarkan pada asumsi bahwa mereka memiliki pengalaman langsung dalam menggunakan sistem layanan pemesanan tiket online yang akan dianalisis kualitasnya.

Karena jumlah pasti pengguna layanan pemesanan tiket online pada masing-masing taman hiburan tidak dapat diketahui secara jelas, maka penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Teknik ini dipilih karena peneliti ingin mengambil responden secara sengaja

berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan responden adalah sebagai berikut:

1. Pernah melakukan pemesanan tiket secara online
2. Pernah mengunjungi ketiga taman hiburan (Trans Studio, Dufan, dan TMII)
3. Bersedia mengisi kuesioner secara sukarela.

Selanjutnya, jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Cochran. Penggunaan rumus ini dipilih karena dapat memberikan estimasi ukuran sampel yang representatif, terutama dalam kondisi ketika jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus Cochran banyak digunakan dalam penelitian survei untuk menentukan ukuran sampel minimum dengan tingkat presisi tertentu [16]

$$n0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

$n0$ = jumlah sampel minimum

Z = nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% (1,96)

p = proporsi populasi yang diasumsikan (0,5)

$q = 1 - p$ (0,5)

e = margin of error (0,05)

Perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$n0 = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,5)^2}$$

$$n0 = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n0 = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n0 = 354,16$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah sebanyak 385 responden (pembulatan ke atas dari 384,16). Dalam pelaksanaan penelitian, peneliti berhasil mengumpulkan 390 responden, yaitu sebanyak 130 responden dari masing-masing taman hiburan (Trans Studio, Dufan, dan TMII). Jumlah ini telah melampaui jumlah minimum yang disyaratkan, sehingga dapat meningkatkan akurasi dan representativitas hasil penelitian.

E. Penyusunan Kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan lima dimensi utama Servqual. Masing-masing dimensi terdiri dari dua indikator, yakni persepsi dan harapan pelanggan, dengan total 20 pernyataan. Tujuan dari penyusunan instrumen ini adalah untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi terhadap kualitas layanan yang diterima.

Setiap pernyataan dalam kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima poin, yang mencerminkan tingkat persetujuan responden mulai dari “tidak setuju” hingga “sangat setuju”.

Tabel 1. Instrumen Kuesioner
(Sumber : Penulis, 2025)

TRANS STUDIO, DUFAN, TMII			
Pertanyaan Kuesioner			
N o.	Dimensi	Persepsi	Harapan
1.	Tangibles	Tampilan situs pemesanan tiket online menarik dan mudah dipahami.	Situs pemesanan tiket seharusnya menarik dan mudah dipahami.
		Informasi tiket, jadwal, dan harga mudah ditemukan dan dibaca.	Informasi tiket, jadwal, dan harga seharusnya tersedia secara lengkap.

TRANS STUDIO, DUFAN, TMII			
2.	Reliability	Proses pemesanan tiket berjalan lancar tanpa error atau gangguan.	Proses pemesanan tiket berjalan lancar tanpa kendala teknis.
		Tiket yang dibeli sesuai dengan pesanan dan dapat digunakan tanpa masalah.	Tiket yang dibeli seharusnya selalu sesuai dan mudah digunakan.
3.	Responsiveness	Tiket dan konfirmasi pemesanan dikirim secara cepat setelah pembayaran.	Konfirmasi tiket seharusnya diterima segera setelah pembayaran..
		Layanan pelanggan (CS) cepat merespon pertanyaan atau kendala.	Layanan pelanggan seharusnya cepat merespon kendala dan pertanyaan
4.	Assurance	Situs memberikan informasi yang jelas tentang pembatalan dan refund.	Informasi pembatalan dan pengembalian dana seharusnya jelas dan transparan
		Saya merasa aman memberikan informasi pribadi	Proses pemesanan seharusnya menjamin keamanan data

TRANS STUDIO, DUFAN, TMII			
		dalam proses pemesanan.	pribadi.
5.	Empathy	Situs menyediakan panduan atau informasi bagi pengguna baru.	Situs seharusnya menyediakan panduan penggunaan untuk pemula.
		Situs memahami kebutuhan saya saat memesan tiket.	Situs seharusnya memahami kebutuhan pengguna secara umum

F. Analisis Data

Menurut Sandu Siyoto dalam buku [17] Analisis data dilakukan berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Tanpa dianalisis, data tersebut hanyalah kumpulan informasi yang tidak memiliki arti, tidak bernilai, dan tidak memberikan makna apa pun. Oleh karena itu, data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif. Peneliti menghitung selisih (gap) antara nilai persepsi dan harapan pada setiap dimensi Servqual untuk mengidentifikasi tingkat kualitas layanan yang diberikan.

G. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, peneliti menyimpulkan kualitas layanan pemesanan tiket online pada masing-masing taman hiburan. Kesimpulan ini juga mencakup identifikasi dimensi layanan yang masih perlu ditingkatkan, serta saran perbaikan strategis yang dapat diterapkan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

IV. Pembahasan

Merujuk pada hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai analisis kualitas layanan pemesanan tiket online taman

hiburan, berikut disajikan hasil dan pembahasan yang diperoleh:

4.1 Karakteristik Profil Responden

1. Usia

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, berikut disajikan data hasil pengolahan terkait karakteristik responden berdasarkan Usia yang berpartisipasi dalam penelitian ini:

Tabel 2. Usia

(Sumber : Penulis, 2025)

TRANS STUDIO, DUFAN, TMII		
Usia	Jumlah	Persentase
< 17 Tahun	7	5,4%
17 – 25 Tahun	104	80%
26 – 35 Tahun	11	8,5%
36 – 25 Tahun	3	2,3%
> 45 Tahun	5	3,8%
Total	130	100%

Berdasarkan hasil data di atas, Karakteristik berdasarkan usia menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung berada pada rentang usia 17–25 tahun, yaitu sebanyak 104 responden atau setara dengan 80% dari total keseluruhan responden. Hal ini mengindikasikan bahwa kelompok usia muda, khususnya generasi remaja hingga dewasa awal, merupakan segmen dominan dalam penggunaan layanan pemesanan tiket online di Trans Studio, Dufan, dan TMII.

Selanjutnya, terdapat 7 responden (5,4%) yang berusia di bawah 17 tahun, di ikuti dengan jumlah 11 responden atau (8,5%) berasal dari usia 26–35 tahun. Untuk usia 36–45 tahun tercatat sebanyak 3 responden (2,3%), sedangkan kelompok usia di atas 45 tahun berjumlah 5 responden (3,8%)

2. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, berikut disajikan data hasil pengolahan terkait karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin yang berpartisipasi dalam penelitian ini:

Tabel 3. Jenis Kelamin

(Sumber : Penulis, 2025)

TRANS STUDIO, DUFAN, TMII		
Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	52	40%
Perempuan	78	60%
TOTAL	130	100%

Berdasarkan hasil data di atas, responden jenis kelamin didominasi oleh perempuan, dengan jumlah 78 orang atau 60% dari total keseluruhan responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 52 orang, atau sebesar 40%. Dominasi responden perempuan ini menunjukkan bahwa kalangan perempuan cenderung lebih aktif dalam menggunakan layanan pemesanan tiket online Trans Studio, Dufan, dan TMII.

3. Status

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, berikut disajikan data hasil pengolahan terkait karakteristik responden berdasarkan Status yang berpartisipasi dalam penelitian ini:

Tabel 4. Status

(Sumber : Penulis, 2025)

TRANS STUDIO, DUFAN, TMII		
Status	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	50	38,5%
Pekerja	70	53,8%
Lainnya	10	7,7%
Total	130	100%

Berdasarkan hasil data di atas, responden terdiri dari berbagai latar belakang status. Kelompok terbanyak berasal dari kalangan Pekerja, yaitu sebanyak 70 orang atau 53,8% dari total responden. Disusul oleh kelompok Pelajar/Mahasiswa sebanyak 50 orang, yang mewakili 38,5% responden. Sementara itu, kategori Lainnya yang mencakup profesi atau status di luar dua kelompok utama, seperti ibu

rumah tangga atau wiraswasta, tercatat sebanyak 10 orang atau 7,7%.

4. Domisili

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, berikut disajikan data hasil pengolahan terkait karakteristik responden berdasarkan Domisi yang berpartisipasi dalam penelitian ini:

Tabel 4. Domisili
(Sumber : Penulis, 2025)

TRANS STUDIO, DUFAN, TMII		
Domisili	Jumlah	Persentase
Jakarta	45	34,6%
Bogor	8	6,2%
Depok	67	51,5%
Tangerang	6	4,6%
Bekasi	4	3,1%
Total	130	100%

Berdasarkan analisis di atas, data yang diperoleh mayoritas responden dalam penelitian ini berdomisili di Depok, dengan jumlah 67 orang atau sebesar 51,5% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden dari wilayah Depok merupakan kelompok yang paling dominan dalam memanfaatkan layanan pemesanan tiket online Trans Studio. Selain itu, terdapat 45 responden atau 34,6% yang berasal dari Jakarta, diikuti oleh responden dari Bogor sebanyak 8 orang (6,2%), Tangerang sebanyak 6 orang (4,6%), dan Bekasi sebanyak 4 orang (3,1%). Bagian ini menunjukkan bahwa responden yang terlibat dalam penelitian umumnya berasal dari wilayah Jabodetabek, dengan konsentrasi tertinggi berada di Depok

4.2 Teknik Analisis Data

Setelah data berhasil dikumpulkan, langkah berikutnya adalah melakukan analisis menggunakan berbagai teknik statistik, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis gap berdasarkan metode Servqual. Seluruh pengujian

dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS Statistik.

4.3 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai sejauh mana butir-butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Penelitian ini menggunakan validitas konstruk, yang dianalisis melalui korelasi antara skor masing-masing item dengan total skor dalam dimensi yang sama.

Uji ini dilakukan secara dua arah (*two-tailed*) dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Perhitungan validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *r*-hitung terhadap *r*-tabel, dengan degree of freedom (df) sebesar $N - 2$. Dengan jumlah sampel responden 130, maka $df = 128$ dan diperoleh nilai *r*-tabel sebesar 0,172.

1. Trans Studio

Tabel 5. Uji Validitas Trans Studio
(Sumber : Penulis, 2025)

TRANS STUDIO			
Instrumen	Nilai Korelasi		Keterangan
	Persepsi	Harapan	
Tangibles	0.751	0.701	Valid
	0.797	0.779	Valid
Reliability	0.761	0.773	Valid
	0.703	0.764	Valid
Responsiveness	0.818	0.744	Valid
Assurance	0.766	0.810	Valid
	0.804	0.816	Valid
Empathy	0.783	0.697	Valid
	0.772	0.743	Valid
	0.769	0.776	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas di atas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada dimensi Tangibles, Reliability,

Responsiveness, Assurance, dan Empathy, baik untuk persepsi maupun harapan, memiliki nilai korelasi yang lebih tinggi dari r-tabel. Karena seluruh nilai korelasi lebih besar dari r-tabel (0.172), maka dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner untuk Taman Hiburan Trans Studio dinyatakan valid.

2. Dufan

Tabel 6. Uji Validitas Dufan
(Sumber : Penulis, 2025)

DUFAN			
Instrumen	Nilai Korelasi		Keterangan
	Persepsi	Harapan	
Tangibles	0.798	0.860	Valid
	0.814	0.855	Valid
Reliability	0.798	0.835	Valid
	0.772	0.696	Valid
Responsive ness	0.775	0.799	Valid
	0.764	0.811	Valid
Assurance	0.710	0.768	Valid
	0.771	0.782	Valid
Empathy	0.696	0.847	Valid
	0.801	0.758	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas di atas dilakukan terhadap item-item pada dimensi Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy, baik dari sisi persepsi maupun harapan. Dengan jumlah responden sebanyak 130 orang dan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,172. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh nilai korelasi pada masing-masing item memiliki angka di atas r-tabel. Berdasarkan hasil Uji Validitas untuk Taman Hiburan Dufan, dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam

kuesioner dinyatakan valid, karena nilai korelasinya lebih besar dari r-tabel.

3. TMII

Tabel 7. Uji Validitas TMII
(Sumber : Penulis, 2025)

TMII			
Instrumen	Nilai Korelasi		Keterangan
	Persepsi	Harapan	
Tangibles	0.879	0.816	Valid
	0.857	0.811	Valid
Reliability	0.846	0.865	Valid
	0.865	0.877	Valid
Responsiveness	0.900	0.846	Valid
	0.892	0.849	Valid
Assurance	0.883	0.797	Valid
	0.875	0.813	Valid
Empathy	0.814	0.862	Valid
	0.889	0.860	Valid

Berdasarkan hasil tabel di atas, pengujian dilakukan terhadap setiap item pada lima dimensi Servqual, yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy, baik dari sisi persepsi maupun harapan. Dengan jumlah responden sebanyak 130 orang dan tingkat signifikansi 5%, diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,172. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai korelasi lebih besar dari r-tabel, baik untuk persepsi maupun harapan. Karena seluruh nilai korelasi lebih tinggi dari nilai r-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua item dalam kuesioner Taman Hiburan TMII dinyatakan valid, sehingga layak digunakan dalam penelitian ini.

4.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen dalam mengukur variabel yang diteliti. Digunakan

metode Cronbach's Alpha, dengan kriteria bahwa nilai $\alpha > 0,60$ menunjukkan instrumen yang reliabel.

1. Trans Studio

Tabel 8. Uji Reliabilitas Trans Studio
(Sumber : Penulis, 2025)

TRANS STUDIO			
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Persepsi	0.924	Reliabel
2	Harapan	0.918	Reliabel

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas untuk variabel Persepsi adalah sebesar 0.924, dan untuk variabel Harapan sebesar 0.918. Kedua nilai tersebut berada jauh di atas kriteria nilai Cronbach's Alpha (0,6) sehingga dapat disimpulkan bahwa keduanya memenuhi syarat reliabilitas. Maka, seluruh item dalam kuesioner untuk variabel persepsi dan harapan dinyatakan reliabel, artinya instrumen tersebut dapat dipercaya untuk mengukur variabel dalam penelitian ini secara konsisten

2. Dufan

Tabel 9. Uji Reliabilitas Dufan
(Sumber : Penulis, 2025)

DUFAN			
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Persepsi	0.923	Reliabel
2	Harapan	0.938	Reliabel

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas untuk variabel Persepsi adalah 0.923, sedangkan untuk variabel Harapan sebesar 0.938. Keduanya memiliki nilai yang jauh melebihi kriteria nilai Cronbach's Alpha (0,6). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi yang sangat tinggi, dan layak untuk digunakan dalam proses pengumpulan data.

<http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/cbis>

3. TMII

Tabel 10. Uji Reliabilitas TMII
(Sumber : Penulis, 2025)

TMII			
No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Persepsi	0.964	Reliabel
2	Harapan	0.953	Reliabel

Dari hasil pengujian, diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0.964 untuk variabel Persepsi dan 0.953 untuk variabel Harapan. Kedua nilai tersebut jauh melebihi kriteria nilai Cronbach's Alpha (0,6), sehingga menunjukkan bahwa seluruh instrumen kuesioner memiliki reliabilitas yang sangat baik.

4.5 Hasil Analisis Gap

Analisis gap dalam metode Servqual digunakan untuk mengukur sejauh mana layanan yang diterima oleh (persepsi) dengan layanan yang diharapkan (harapan). Gap (kesenjangan) diperoleh dengan cara mengurangi skor persepsi dengan skor harapan untuk setiap item pernyataan dalam kuesioner. Tinggi rendahnya nilai Servqual ditentukan oleh sejauh mana pelanggan merasakan kinerja layanan yang diterimanya sesuai dengan harapan mereka. Pada bagian ini akan dijelaskan perhitungan selisih antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan, yang dikenal sebagai Skor Servqual.

1. Trans Studio

Tabel 11. Hasil Analisis Gap Trans Studio
(Sumber : Penulis, 2025)

Trans Studio				
No	Dimensi	Nilai		
		Persepsi	Harapan	GAP
1	Tangible	4,34	4,58	-0,24
2	Reliability	4,27	4,58	-0,31
3	Responsiveness	4,31	4,59	-0,28

4	Assurance	4,28	4,64	-0,36
5	Empathy	4,43	4,59	-0,17
Rata-rata		4,33	4,60	-0,27

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL pada layanan pemesanan tiket online Trans Studio mengalami gap negatif, menandakan bahwa persepsi pengunjung masih berada di bawah harapan mereka. Gap terbesar terdapat pada dimensi Assurance (-0,36), diikuti Reliability (-0,31) dan Responsiveness (-0,28), yang menunjukkan perlunya peningkatan pada aspek kepercayaan, keandalan, dan kecepatan layanan. Dimensi Tangibles mencatat gap -0,24, sedangkan Empathy memiliki gap terkecil (-0,17). Secara keseluruhan, rata-rata gap sebesar -0,27 menunjukkan kebutuhan perbaikan kualitas layanan agar kepuasan pengguna meningkat.

2. Dufan

Tabel 12. Hasil Analisis Gap Dufan
(Sumber : Penulis, 2025)

Dufan				
No	Dimensi	Nilai		
		Persepsi	Harapan	GAP
1	Tangible	4,23	4,54	-0,31
2	Reliability	4,22	4,55	-0,32
3	Responsiveness	4,33	4,53	-0,21
4	Assurance	4,30	4,58	-0,28
5	Empathy	4,33	4,56	-0,22
Rata-rata		4,28	4,55	-0,27

Hasil analisis antara nilai persepsi dan harapan pengunjung terhadap layanan pemesanan tiket online Dufan menunjukkan adanya gap negatif pada seluruh dimensi SERVQUAL. Dimensi Reliability mencatat gap terbesar sebesar -0,32, mengindikasikan bahwa aspek keandalan, seperti ketepatan dan konsistensi layanan, masih belum memenuhi harapan. Selanjutnya, dimensi Tangibles

mencatat gap -0,31, yang menandakan ketidaksesuaian antara tampilan fisik serta fasilitas online dengan ekspektasi pengguna. Dimensi Assurance mencatat gap -0,28, diikuti oleh Empathy (-0,22) dan Responsiveness (-0,21). Meskipun gap pada dua dimensi terakhir lebih kecil, tetap diperlukan perbaikan. Secara keseluruhan, rata-rata gap sebesar -0,27 menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan diperlukan, khususnya pada aspek keandalan dan tampilan digital.

3. TMII

Tabel 13. Hasil Analisis Gap TMII
(Sumber : Penulis, 2025)

TMII				
No	Dimensi	Nilai		
		Persepsi	Harapan	GAP
1	Tangible	4,11	4,57	-0,46
2	Reliability	4,13	4,54	-0,40
3	Responsiveness	4,14	4,54	-0,40
4	Assurance	4,13	4,60	-0,48
5	Empathy	4,09	4,54	-0,45
Rata-rata		4,12	4,56	-0,44

Hasil pengukuran antara nilai persepsi dan harapan pengunjung terhadap layanan pemesanan tiket online di TMII menunjukkan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL mengalami gap negatif. Dimensi Assurance mencatat gap tertinggi sebesar -0,48, mencerminkan rendahnya tingkat kepercayaan pengunjung terhadap jaminan, kompetensi, dan rasa aman dari layanan. Diikuti oleh Tangibles dengan gap -0,46, yang menunjukkan ketidaksesuaian fasilitas fisik dan digital dengan ekspektasi pengguna. Dimensi Empathy mencatat selisih -0,45, sementara Reliability dan Responsiveness masing-masing mencatat gap -0,40, menandakan kurangnya keandalan dan kecepatan layanan dalam merespons kebutuhan pengguna. Secara keseluruhan, rata-rata gap sebesar -0,44

menunjukkan perlunya perbaikan menyeluruh, khususnya dalam membangun kepercayaan, meningkatkan kualitas tampilan dan fasilitas digital, serta mempercepat respon layanan.

4.6 Perbandingan Gap Kulitas Layanan

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan tingkat kualitas layanan pemesanan tiket secara online pada taman hiburan Trans Studio, Dufan, TMII dengan menggunakan lima dimensi Servqual, yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Nilai gap diperoleh melalui selisih antara rata-rata skor persepsi dan harapan pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Tabel 14. Perbandingan GAP Taman Hiburan
(Sumber : Penulis, 2025)

Dimensi	Trans Studio	Dufan	TMII
Tangible	-0,24	-0,31	-0,46
Reliability	-0,31	-0,32	-0,4
Responsiveness	-0,28	-0,21	-0,4
Assurance	-0,36	-0,28	-0,48
Empathy	-0,17	-0,22	-0,45
Rata-rata Gap	-0,27	-0,27	-0,44

Untuk mengetahui peringkat kualitas layanan pemesanan tiket online pada tiga taman hiburan, dilakukan pemeringkatan berdasarkan nilai GAP rata-rata dari lima dimensi Servqual. Semakin kecil nilai GAP (lebih mendekati nol atau positif), maka semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan

Tabel 15. Hasil Perbandingan Total GAP
(Sumber : Penulis, 2025)

No	Objek	Total Nilai Gap	Peringkat
1	Trans Studio	-0,27	1
2	Dufan	-0,27	2
3	TMII	-0,44	3

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa Trans Studio memiliki kualitas layanan

<http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/cbis>

yang paling mendekati harapan pengunjung, diikuti oleh Dufan, sementara TMII masih memiliki kesenjangan terbesar, terutama pada dimensi Tangible dan Empathy. Meskipun Trans Studio dan Dufan memiliki nilai gap rata-rata yang sama, Trans Studio lebih unggul pada lebih banyak dimensi, sehingga menempati posisi pertama. Hasil ini dapat menjadi dasar evaluasi untuk masing-masing pengelola taman hiburan dalam meningkatkan aspek layanan yang masih belum memuaskan.

V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pemesanan tiket online pada Trans Studio, Dufan, dan TMII belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna. Hal ini ditunjukkan oleh nilai gap negatif pada sebagian besar dimensi Servqual, terutama pada Responsiveness dan Assurance, yang menunjukkan bahwa pengguna merasa kurang puas terhadap kecepatan layanan dan kejelasan informasi sistem. Meskipun begitu, dimensi Tangibles menunjukkan hasil cukup baik, bahkan mencatat gap positif pada Trans Studio. Secara keseluruhan, Trans Studio memiliki kualitas layanan terbaik dibandingkan Dufan dan TMII, sedangkan TMII memerlukan lebih banyak perbaikan di berbagai aspek layanan digital.

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Titin Kristiana, M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan yang konstruktif. Selain itu, apresiasi yang sebesar-besarnya ditujukan kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- [1] M. Efendi, W. Harianto, and D. A. Nugraha, "Penerapan Metode Servqual Dan Ahp Sebagai Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Bengkel Akena Malang," *Rainstek J. Terap. Sains dan Teknol.*

- vol. 3, no. 1, pp. 42–50, 2021, doi: 10.21067/jtst.v3i1.4986.
- [2] T. Sentia, M. Mustafia, and E. Zuraidah, “Analisa Kualitas Layanan Pada E-learning di Sekolah Menggunakan Metode Servqual,” *J. Informatics Manag. Inf. Technol.*, vol. 2, no. 3, pp. 100–108, 2022, doi: 10.47065/jimat.v2i3.167.
- [3] P. Kualitas, L. Dan, H. Terhadap, P. Pada, G. Studi, and W. Kecamatan, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi),” *J. Ilm. M-Progress*, vol. 12, no. 1, pp. 70–83, 2022, doi: 10.35968/m-pu.v12i1.867.
- [4] A. C. Dewi *et al.*, “Analisis dan perancangan sistem informasi pemesanan tiket konser,” no. April, pp. 8–18, 2024.
- [5] E. V. Tandilino, Dharma Widada, and Farida Djumiati Sitania, “Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Jasa Pelayanan Dengan Metode Servqual dan Customer Satisfaction Index (CSI),” *J. Ind. Manuf. Eng.*, vol. 7, no. 2, pp. 266–275, 2023, doi: 10.31289/jime.v7i2.10205.
- [6] S. Gunawan, K. Kunci, and K. Layanan, “Analisis Kualitas Layanan Pengguna Website E-Learning dengan Metode Servqual (Studi Kasus Spada Dikti Program Kampus Merdeka),” *Mdp Student Conf.*, vol. 526, pp. 526–537, 2022.
- [7] F. A. Febiola and D. Samanhudi, “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Aplikasi Halodoc Dengan Menggunakan Metode Servqual,” *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 6, no. 2, pp. 588–599, 2022.
- [8] J. Sembiring, “Implementasi Serqual Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Pengurusan Surat Izin Usaha Mikro Dan Kecil Pada Kantor Camat Dolat Rakyat Kabupaten Karo,” *J. Multimed. dan Teknol. Inf.*, vol. 2, no. 2, pp. 74–83, 2020, doi: 10.54209/jatilima.v2i2.43.
- [9] B. Irawan, E. D. Sitanggang, and S. Achmady, “Sistem Pendukung Keputusan Tingkat Kepuasan Pasien terhadap Mutu Pelayanan Rumah Sakit berdasarkan Metode ServQual,” *CESS (Journal Comput. Eng. Syst. Sci.)*, vol. 6, no. 1, p. 10, 2021, doi: 10.24114/cess.v6i1.21023.
- [10] M. Farid and I. Kirono, “Pengukuran Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Menggunakan Metode Servqual Di Pt. Pos Indonesia Kcu Surabaya,” *Komitmen J. Ilm. Manaj.*, vol. 5, no. 1, pp. 34–43, 2024, doi: 10.15575/jim.v5i1.33411.
- [11] F. D. P. Anggraini, Aprianti, V. A. V. Setyawati, and A. A. Hartanto, “Jurnal Basicedu,” *J. Basicedu*, vol. 6, no. 4, pp. 6491–6504, 2022, [Online]. Available: <https://jbasic.org/index.php/basicedu>
- [12] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. 2020.
- [13] S. Wahyuningsih, “Pengaruh Kualitas Pelayanan , Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Wahana Permainan Trans Studio Cibubur,” vol. 4, pp. 12171–12184, 2024.
- [14] L. Sulistio, R. Talumantak, P. S. Manajemen, and U. A. S. A. Indonesia, “Pengaruh Media Sosial , Citra Destinasi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Berkunjung Di Dunia Fantasi (DUFAN),” vol. 7, 2024.
- [15] Sahda Salsabila and Theodosia C. Nathalia, “Pengaruh Atraksi Wisata Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Taman Mini Indonesia Indah Pasca Revitalisasi,” *J. Tour. Econ.*, vol. 6, no. 2, pp. 195–206, 2023, doi: 10.36594/jtec/e6v6n2a5.
- [16] P. G. Subhaktiyasa, “Pemahaman Komprehensif Perlaku Membolos Siswa,” *J. Ilm. Profesi Pendidik.*, vol. 9, pp. 2721–2731, 2024.
- [17] M. S. Ummah, *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title, vol. 11, no. 1. 2019. [Online]. Available:

<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.research>

gate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI