

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

## Penerapan *Importance Performance Analysis (IPA)* pada *E-Service Quality* Pembelian Tiket Kereta Lokal Melalui KAI Access

Sania Salsa Sabila<sup>a</sup>, Hafid Aditya Pradesa<sup>b</sup>, Pepi Zulvia<sup>c</sup>, Caesar Octaviandy Purba<sup>d</sup>

<sup>a,b,c,d</sup> Politeknik STIA LAN Bandung

e-mail: <sup>a</sup> saniasalsasa99@gmail.com, <sup>b</sup> hafid.pradesa@poltek.stialanbandung.ac.id  
<sup>c</sup> pepi.zulvia@poltek.stialanbandung.ac.id, <sup>d</sup> caesarpurba@yahoo.com

### Abstrak

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang mengatur, menyediakan dan mengurus jasa angkutan kereta api di Indonesia. Hal tersebut mengharuskan perusahaan memberikan layanan yang terbaik bagi para calon penumpangnya. Salah satu upayanya adalah dengan menyediakan layanan berbasis internet dengan meluncurkan aplikasi berupa KAI Access yang diharapkan mampu mempermudah calon penumpang dalam memesan tiket dan mengakses informasi mengenai kereta api. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Gap dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Berdasarkan metode Analisis Gap nilai keseluruhan menunjukkan hasil -0,49. Sedangkan nilai rata-rata per atribut secara keseluruhan bernilai negatif. Pada nilai rata-rata keseluruhan tingkat *performance* sebesar 3,74 lebih kecil dari nilai *importance* sebesar 4,19 yang artinya Persepsi < Harapan yang berarti kinerja masih belum sesuai dengan yang diharapkan. Dari hasil metode IPA pada pemetaan diagram kartesius terdapat 2 atribut pada kuadran I, 11 atribut pada kuadran II, 7 atribut pada kuadran III dan tidak ada yang masuk ke dalam kuadran IV. Dapat disimpulkan bahwa perlu ada peningkatan pada tujuh dimensi untuk meningkatkan layanan KAI Access.

**Kata Kunci** : KAI Access, Kualitas Layanan, *Electronic Service Quality*, *Importance Performance Analysis*.

## *Application of Importance Performance Analysis (IPA) in E-Service Quality for Local Train Ticket Purchases via KAI Access*

### Abstract

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) is a State-Owned Enterprise that regulates, provides and manages rail transportation services in Indonesia. This requires the company to provide the best service for its prospective passengers. One of the efforts is to provide internet-based services by launching an application in the form of KAI Access which is expected to make it easier for prospective passengers to order tickets and access information about trains. The method used in this research is Gap Analysis and *Importance Performance Analysis (IPA)*. Based on the Gap Analysis method, the overall value shows -0.49. While the average value per attribute as a whole is negative. At the overall average value, the performance level is 3.74, which is less than the importance value of 4.19, which means Perception < Expectation, which means that the performance is still not as expected. From the results of the IPA method on the Cartesian diagram mapping, there are 2 attributes in quadrant I, 11 attributes

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

*in quadrant II, 7 attributes in quadrant III and none of them are included in quadrant IV. It can be concluded that there needs to be an increase in the seven dimensions to improve KAI Access services.*

**Keywords:** KAI Access, Service Quality, Electronic Service Quality, Importance Performance Analysis

## A. PENDAHULUAN

Salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu PT. Kereta Api Indonesia (KAI) terus melakukan inovasi agar tetap bisa memberikan layanan yang prima ditengah kemajuan teknologi. PT. KAI meluncurkan KAI Access pada 4 September 2014 yang bertujuan untuk memudahkan calon penumpangnya memesan tiket kereta api jarak jauh, menengah maupun lokal. Dan pada tanggal 1 April 2023 pemesanan tiket Kereta lokal hanya bisa dilakukan melalui KAI Access saja, dan hal ini juga berakut untuk pembelian tiket kereta lokal di Bandung Raya.

Namun, kebijakan baru tersebut masih memunculkan keluhan dari pengguna KA Lokal Bandung Raya khususnya bagi yang menggunakan kereta sebagai transportasi sehari-harinya. Keluhan tersebut antara lain, tidak mendukungnya ponsel yang digunakan oleh pengguna layanan untuk pemakaian aplikasi KAI Access. Melalui website mediakonsumen.com pada bagian khusus KAI Access menurut pandangan konsumen yang memang berisikan keluhan atau pendapat dari konsumen mengenai KAI Access terdapat beberapa keluhan masyarakat terhadap KAI Access dari rentan tahun 2022 hingga 2023, diantaranya yaitu saat pemesanan tiket dimana pengguna tidak mendapatkan kode booking padahal sudah melakukan pembayaran, adanya pemasalahan pembayaran tiket melalui KAlpay yang sering mengalami gagal bayar namun saldo pengguna sudah terpotong, pengurusan refund tiket yang lama, dan layanan *call center* yang cukup lama dan juga berbayar. Oleh karena itu sangat penting bagi KAI Access untuk memperbaiki layanannya agar konsumen bisa merasakan layanan yang prima dan sesuai dengan harapan serta kebutuhannya.

Berdasarkan literatur terdahulu, *e-service quality* menjadi hal yang penting untuk dikaji (Elma et

al., 2018; Nuraieni, Ravenska, Pradesa, 2021; Rahayu, 2022) dengan mengacu kepada konsep kualitas layanan yang telah umum diteliti dan diulas sebelumnya (Pradesa et al., 2022; Zulvia et al., 2022). Pergesaran ke layanan elektronik atau online semakin penting salah satunya karena perubahan gaya hidup dan faktor kondisional seperti pandemi (Nugroho et al., 2021; Ravenska dan Zulvia, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa layanan yang berkualitas tetap menjadi pertimbangan utama bagi para pengguna dalam mengakses layanan tertentu dari penyedia layanan.

Bagaimanapun upaya dalam penguatan kualitas layanan merupakan bagian dari strategi pemasaran perusahaan dalam menciptakan daya saing berkelanjutan (Nugroho et al., 2020; Purba dan Handayani, 2022; Tindaon, 2022; Anindya et al., 2023). Kemudian penggunaan teknik IPA atau *importance performance analysis* menjadi perhatian utama dalam penelitian ini untuk mengulas kualitas layanan dari perspektif pengguna sebagaimana telah ditekankan dalam beberapa penelitian sebelumnya (Haryanto et al., 2021; Nuraieni et al., 2021; Elma et al., 2018). Kualitas layanan menjadi hal penting tidak hanya

## B. PEMBAHASAN

### Hasil Observasi

Sampel yang berhasil didapatkan melalui penyebaran kuesioner dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 orang yang telah memenuhi syarat sampel yang telah ditentukan dan diuji melalui uji validitas dan reabilitas. Dalam penelitian ini nilai *r* tabel yang diperoleh dari *degree of freedom* ( $df = n-2$ ) adalah 0,195 yaitu  $105-2 = 103$ ,  $\alpha = 5\%$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel, yaitu 105 responden. Dari tabel uji validitas di atas untuk atribut pernyataan kinerja (*Performance*) dan harapan (*importance*), dapat disimpulkan bahwa 20

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

pernyataan dari 7 dimensi E-Servqual seluruhnya dikatakan valid dimana  $r$  hitung tiap pernyataan lebih besar dari  $r$  tabel.

Dari hasil uji reabilitas yang telah dilakukan untuk atribut pernyataan persepsi (*Performance*) dan Harapan (*Importance*), maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari kedua Cronbach's Alpha dinyatakan reliabel karena keduanya berada pada nilai koefisien  $\alpha > .70$  yang menjadi nilai umum digunakan untuk uji reabilitas. Dimana nilai Cronbach's Alpha untuk persepsi adalah 0,958 dan nilai Cronbach's Alpha untuk harapan adalah 0,979.

### Analisis GAP

Berdasarkan konsep kualitas, nilai GAP merupakan selisih antara tingkat kepuasan (persepsi) dan tingkat ekspektasi (harapan).

**Tabel 1.1 Perhitungan Rata-rata Gap**

Dimensi	Mean Persepsi	Mean Harapan	GAP (P-E)
Efisiensi ( <i>Efficiency</i> )	3,86	4,28	-0,42
Pemenuhan kebutuhan ( <i>Fulfillment</i> )	3,93	4,28	-0,35
Ketersediaan sistem ( <i>System Availability</i> )	3,50	4,00	-0,50
Privasi ( <i>Privacy</i> )	3,91	4,24	-0,33
Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	3,51	4,13	-0,62
Kompensasi ( <i>Compensation</i> )	3,49	4,11	-0,62
Kontak ( <i>Contact</i> )	3,62	4,20	-0,58
<b>Rata-rata Keseluruhan</b>	<b>3,69</b>	<b>4,18</b>	<b>-0,49</b>

Sumber : Data Primer yang Diolah (2023)

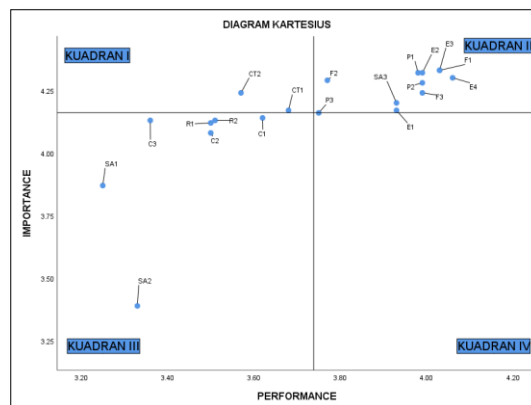
Berdasarkan pada Tabel 1.1, dapat diketahui bahwa semua dimensi memiliki nilai negatif, dengan nilai tertinggi  $-0,62$  pada dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Kompensasi

(*Compensation*). Sedangkan pada hasil analisis atribut yang keseluruhan memiliki nilai gap negatif, dimensi Efisiensi (*Efficiency*) dengan atribut pernyataan "Verifikasi akun di KAI Access sangat mudah" memiliki nilai GAP paling tinggi yaitu  $-0,78$  sedangkan untuk nilai GAP per atribut paling rendah adalah  $-0,33$  pada dimensi Efisiensi (*Efficiency*) dengan atribut pernyataan "KAI Access memberikan kemudahan dalam melakukan pengecekan tiket kereta lokal Bandung Raya" dan dimensi Pemenuhan kebutuhan (*Fulfillment*) dengan atribut pernyataan "Kode booking kereta lokal Bandung Raya di KAI Access diperoleh dengan cepat".

Pada hasil perhitungan rata-rata keseluruhan pada tujuh dimensi E-Servqual, penilaian analisis GAP kualitas layanan KAI Access untuk pembelian tiket kereta lokal Bandung Raya menunjukkan hasil GAP  $-0,49$ . Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan KAI Access untuk pembelian tiket kereta lokal Bandung Raya tidak memuaskan.

### Importance Performance Analysis

Adanya GAP antara persepsi (*performance*) dengan harapan (*importance*) dapat menjadi gambaran bagi perusahaan untuk memfokuskan sumber daya maupun perbaikan pada atribut pelayanan yang memerlukan perbaikan. Pemetaan atribut yang menjadi prioritas dalam penelitian ini dilakukan terhadap semua responden.



**Gambar 1.1 Diagram Kartesius**  
Sumber : Data Primer yang Diolah (2023)

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

**Kuadran I** merupakan dimensi atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan namun perusahaan memberikan layanan dengan kualitas yang buruk. Sehingga dimensi ini yang akan menjadi prioritas untuk diperbaiki. Adapun atribut-atribut tersebut, yaitu :

1. KAI Access menyediakan layanan *customer service online* (CT1)
2. KAI Access menyediakan nomor telepon yang bisa dihubungi (CT2)

Dari kuadran I diketahui bahwa kedua atribut yang masuk kedalam prioritas utama merupakan bagian dari dimensi Kontak (*Contact*).

**Kuadran II** adalah layanan yang dianggap penting oleh pengguna dan KAI Access sudah memberikan layanan yang terbaik sehingga layanan ini harus dipertahankan. Pada hasil analisis ini terdapat sebelas atribut di kuadran II, yaitu :

1. KAI Access memiliki verifikasi akun yang mudah (E1)
2. KAI Access memiliki informasi mengenai tiket kereta lokal Bandung Raya yang teroganisir dengan baik (E2)
3. KAI Access mudah digunakan dan mempermudah pengecekan tiket kereta lokal Bandung Raya (E3)
4. KAI Access memiliki pencarian dan pengecekan tiket lokal Bandung Raya yang cepat, dan bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja (E4)
5. KAI Access menyediakan informasi lengkap mengenai tiket kereta lokal Bandung raya (F1)
6. KAI Access menyediakan berbagai pilihan pembayaran tiket kereta lokal Bandung Raya (F2)
7. KAI Access memberikan kode booking kereta lokal Bandung Raya dengan cepat dan mudah (F3)

8. KAI Access bisa digunakan kapan saja dan dimana saja untuk pemesanan tiket kereta lokal Bandung Raya (SA3)
9. KAI Access memiliki jaminan transaksi yang aman (P1)
10. KAI Access menjamin informasi penggunaanya (P2)
11. KAI Access dilengkapi dengan password sebelum melakukan transaksi (P3)

Pada kuadran ini memiliki sebelas (11) atribut yang dianggap pelayanannya sudah baik. Dari sebelas (11) kuadran tersebut terdapat empat (4) atribut dari dimensi Efisiensi (*Efficiency*), tiga (3) atribut dari dimensi Pemenuhan kebutuhan (*Fulfillment*), satu (1) atribut dari dimensi Ketersediaan sistem (*System Availability*), dan tiga (3) atribut dari dimensi Privasi (*Privacy*).

**Kuadran III** didalamnya memuat dimensi yang dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan dan perusahaan juga memberikan pelayanan dengan kualitas rendah sehingga pelayanan ini menjadi prioritas rendah. Atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran ini adalah ;

1. KAI Access tidak mengalami eror (SA1)
2. KAI Access tidak mengalami bug atau macet saat digunakan (SA2)
3. KAI Access menangani keluhan dengan cepat dan tepat (R1)
4. KAI Access melakukan perbaikan sistem dengan cepat ketika terjadi eror (R2)
5. KAI Access memberikan jaminan pengembalian dana apabila pembelian tiket kereta lokal Bandung Raya gagal dilakukan (C1)
6. KAI Access memberikan tawaran event promo yang dimiliki untuk pembelian tiket kereta lokal Bandung Raya (C2)
7. KAI Access melayani refund tiket dengan cepat (C3)

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

Dari kuadran III diketahui bahwa terdapat dua (2) kuadran dari dimensi Ketersediaan sistem (*System Availability*), dua (2) kuadran dari dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*), dan tiga (3) atribut dari dimensi Kompensasi (*Compensation*).

**Kuadran IV** menggambarkan pelayanan yang dianggap kurang penting oleh pengguna dan pelanggan namun perusahaan memberikan layanan yang terbaik sehingga layanan ini dianggap berlebihan. Dalam penelitian tidak ada atribut yang masuk kedalam kuadran IV, yang artinya tidak ada atribut dan dimensi yang dianggap berlebihan pelayanannya menurut konsumen.

## Usulan Perbaikan Kuadran Prioritas Utama

Dari penelitian ini dapat diketahui prioritas utama yang diperlukan untuk memperbaiki kualitas pelayanan KAI Access untuk pembelian tiket kereta lokal Bandung Raya yaitu pada dimensi Kontak (*Contact*). Dimana dimensi ini masuk pada kategori kuadran I pada diagram kartesius. Peneliti mengharapkan langkah-langkah perbaikan setiap atribut pada kuadran I diagram kartesius yang dapat dilakukan oleh KAI Access antara lain sebagai berikut :

1. Layanan *Costumer Service* yang signifikan dan Pelatihan *Costumer Service*

*Costumer service* erat hubungannya dengan komunikasi yang dilakukan oleh Perusahaan dengan konsumennya atau *external communication* (komunikasi keluar). Oleh karena itu peran CS pada KAI Access juga sangat penting, namun konsumen masih beranggapan bahwa penyediaan CS yang dilakukan oleh KAI Access ini masih belum memenuhi harapan mereka.

Untuk KAI Access ini bisa melakukan komunikasi melalui sarana dan media seperti membuat layanan *chat real time* atau telepon langsung melalui aplikasi KAI Access. Yang mana bisa juga dibagi menjadi berbagai *section*, seperti *customer service* untuk pengaduan atau keluhan kereta jarak jauh, *customer service* untuk pengaduan

atau keluhan kereta jarak dekat dan layanan lainnya pada KAI Access. Sehingga pengguna bisa menghubungi *costumer service* yang tepat sesuai dengan keluhan atau pengaduan yang mereka alami. Mengingat pembelian tiket kereta lokal Bandung Raya baru saja diresmikan hanya bisa melalui aplikasi KAI Access.

KAI Access tentu telah melakukan pelatihan bagi setiap tenaga kerja maupun calon tenaga kerjanya, agar setiap karyawannya dapat menjalankan tugas secara baik dan sesuai dengan prosedur yang ada. Namun dari hasil penelitian yang dilakukan nyatanya konsumen beranggapan bahwa *Costumer Service* yang ada belum bisa memenuhi harapannya akan layanan yang diberikan. Oleh karena itu, akan lebih baik jika KAI Access mengadakan kembali pelatihan bagi *customer service* khususnya untuk menangani keluhan atau pertanyaan konsumen seputar pembelian tiket kereta lokal Bandung Raya.

2. KAI Access menyediakan nomor telepon yang bisa dihubungi

Perusahaan yang selalu mementingkan kepuasan pelanggan sudah pasti akan memberikan fasilitas yang memudahkan akses bagi pelanggannya ke perusahaan. Dengan tersedia akses tersebutlah konsumen akan merasa bahwa berhubungan dengan perusahaan hanya sebatas jangkauan tangan (Agung : 2006;37). Namun sebaik apapun call center yang disediakan akan menjadi sia-sia jika konsumen tidak dapat menyadari kehadiran call center tersebut.

Mencantumkan nomor telepon yang bisa dihubungi dengan cepat oleh pemberi layanan jasa menjadi hal yang sangat penting, agar konsumen dapat memecahkan permasalahan atau menyampaikan keluhannya secara langsung dan cepat. Saat ini, KAI Access telah meluncurkan *WhatsApp Contact Center* 121 di nomor 08111-2111-121 untuk

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

mendapatkan informasi, menyampaikan kritik dan saran, hingga melakukan pemesanan tiket kereta api. Namun untuk nomor *WhatsApp Contact Center* ini tidak dicantumkan pada Aplikasi KAI Access. Karena itu untuk menghindari adanya keterlambatan tanggapan keluhan konsumen sebaiknya nomor ini juga dicantumkan di aplikasi KAI Access.

## C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Analisis GAP dilakukan terhadap tujuh dimensi dari E-Servqual yaitu *Efficiency* (efisiensi), *Fulfillment* (pemenuhan kebutuhan), *System Availability* (ketersediaan sistem), *Privacy* (Privasi), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Compensation* (kompensasi), dan *Contact* (kontak). Dengan hasil perhitungan yang menunjukkan bahwa Persepsi < Harapan.

Hal ini dikarenakan masih terdapat beberapa pernyataan yang menimbulkan kesenjangan baik itu kesenjangan dari pemahaman perusahaan, spesifikasi pegawai, maupun penyampaian layanan. Maka dari itu pelayanan aplikasi KAI Access untuk pembelian tiket kereta lokal Bandung Raya dapat dikatakan masih dalam kriteria kurang baik.

Berdasarkan hasil pemetaan dari *Importance Performance Analysis* (IPA) atribut kualitas layanan pada KAI Access untuk pembelian tiket kereta lokal Bandung Raya menyebar di empat kuadran dan masih terdapat atribut yang masih harus ditingkatkan layanannya. Peningkatan layanan harus memperhatikan tiap atribut dari masing-masing layanan agar perusahaan dapat mempertimbangkan usulan solusi dari setiap atribut pernyataan. Yaitu menyediakan layanan *costumer service* yang signifikan, mengadakan pelatihan kembali untuk *costumer service* dan mencantumkan *call center*. KAI Access juga bisa melakukan survei secara langsung lewat *customer service*, setelah selesai memberikan layanan konsumen dapat diarahkan untuk menilai layanan *customer service* yang telah diberikan sehingga bisa menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan.

## REFERENSI

- Anindya, J. P. ., Pradesa, H. A. ., Nugroho, A. B. ., & Wijayanti, R. (2023). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Vaksin Virus (Studi Kasus di PT. Bio Farma Bandung). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(5), 5324-5337.  
<https://doi.org/10.37385/msej.v4i5.2567>
- Elma, N., Ariyanti, M., Sumrahadi. S. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Online (E-Servqual) Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Pada Bhinneka.Com. *E-proceeding Of Management*, Vol. 5 No. 1, pp. 141 - 151.
- Haryanto, N. D., Zulvia, P., & Setiawan, B. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Kuadran Importance Performance Analysis (IPA) dan Indeks Potential Gain Customer Value (PGCV) Pada Kantor Pos Purworejo 54100. *Progress Conference*, 4(1), 413-423.
- Nugroho, A.B. , Ahmad, F., Harahap, A.S. (2020). Product Quality Improvement Strategy and Competitive Advantage In Industry Competition. *Prosiding Konferensi Nasional Ilmu Administrasi 4.0*, 178 - 181.
- Nugroho, A. B., Ravenska, N., & Zulvia, P. (2021). Lifestyle Patterns During the Covid-19 Pandemic. *Proceedings of the 2nd International Conference on Administration Science 2020 (ICAS 2020)*, 564(Icas 2020), 78-82.  
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.21062.9.015>
- Nurieni, F. A., Haryanto, N.D., & Pradesa, H. A. (2021). Faktor Penentu Dalam Mendorong Niat Membeli "Odading Mang Oleh". *Jurnal Ekonomi*

# konferensi nasional ILMU ADMINISTRASI 7.0

"Memperkokoh Pembangunan Bangsa  
Melalui Penguatan Nilai Publik Yang Berdampak  
Dalam Menapaki Indonesia Berdaulat, Maju, dan Mandiri"

7 September 2023 | Politeknik STIA LAN Bandung

- Manajemen, 7 (2), 113-126.  
<https://doi.org/10.37058/jem.v7i2.2735>
- Nuraini, F. A., Ravenska, N., & Pradesa, H. A. (2021). Applying Importance Performance Analysis (IPA) Method in Analyzing Level of Service Quality. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 5(2), 85-93.  
<https://doi.org/10.30741/adv.v5i2.779>
- Pradesa, H.A., Agustina, I., & Zulvia, P. (2022). Mengurai Faktor Terpenting Pada Kualitas Pelayanan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Perkreditan Rakyat Syariah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(2), 725-734.  
<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.2419>
- Rahayu, D. (2022). E-service Quality From Mobile Application KAI Access PT Kereta Api Indonesia (persero) DAOP II Bandung. *Journal of Applied Business Administration*, 6(2), 115-122.  
<https://doi.org/10.30871/jaba.v6i2.4258>
- Ravenska, N., & Zulvia, P. (2022). Perilaku Impulsive Buying Masyarakat Bandung Raya Pada Masa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perbedaan Gender. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(1), 15-26.  
<https://doi.org/10.32815/jibeka.v16i1.133>
- Purba, C. O., Handayani, H. (2022). The Use Of Social Media Influencers in Digital Marketing to Target Consumer Buying Interest. *Jurnal Mirai Management*, 7 (3), 372 - 380.
- Purba, C. O., Nurhaliza, L. ., & Putrianti, S. D. . (2022). Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Emas di PT Pegadaian (Persero) Kantor Cabang Ujungberung Bandung. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10 (3), 169-180.
- Wijayanti, R., Ravenska, N., & Nugroho, A. (2022). Business Model Innovation with Design Thinking Approach at Bumdes Pagerwangi. *Proceedings of the Third International Conference Administration Science, ICAS* 2021.  
<https://doi.org/10.4108/eai.15-9-2021.2315259>
- Taufik, N.I., Sulistianti, I., Pradesa, H.A. (2022). Penilaian risiko pada layanan pembayaran pensiun PT Asabri Bandung: Sebuah praktek terbaik untuk penguatan tata kelola perusahaan. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5 (2), 857-867.  
<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.1729>
- Tindaon, S.S.(2022). Implementasi Inbound Marketing di Era New Normal: Strategi Pemasaran Pada PT. Tama Cokelat Indonesia. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5 (2), 104 - 115.
- Zulvia, P., Gedeona, H. T. W., & Pradesa, H. A. (2022). Disentangling Important Factors in Service Quality: An Empirical Study in Vocational Higher Education at Bandung City. *Jurnal Ilmu Manajemen Advantage*, 6(2), 128-141.  
<https://doi.org/10.30741/adv.v6i2.938>
- Zulvia, P., & Haryanto, N. D. (2021). Increasing Customer Satisfaction Through Improving Service Quality at the Purworejo Post Office 54100. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 18(2), 195-211.  
<https://doi.org/10.31113/jia.v18i2.796>