



Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* Dan *Customer Satisfaction Index*

Akbar Gunawan^{a*}, Ade Irman SM^a, Rifqy Yakub Matondang^a, Dhena Ria Barleany^b, Nurul Ummi^a, Putiri Buana Khatili^a

^a Departemen Teknik Industri, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

^b Departemen Teknik Kimia, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

INFORMASI

Informasi artikel:
Disubmit 30 Maret 2024
Direvisi 20 Mei 2024
Diterima 27 Mei 2024
Tersedia 12 Juni 2024

Kata Kunci:
Pelanggan
Kualitas Pelayanan
Kepuasan Pelanggan
Importance Performance Analysis

ABSTRAK

Di era saat ini masyarakat berlomba-lomba untuk meningkatkan perekonomian dengan menjalankan Usaha Mikro Menengah Kecil (UMKM) menjadi salah satu cara yang sangat banyak dilakukan. Salah satu dari UMKM sedang mengalami perkembangan signifikan di Kota Tangerang yaitu usaha *coffee shop* "Meetologi Coffee" merupakan salah satu yang mengikuti ramainya perkembangan UMKM tersebut. Namun ternyata dalam 5 bulan terakhir *Meetologi Coffe* mengalami penurunan pelanggan 10% sampai 15% yang disebabkan beberapa faktor yang menyebabkan keluhan dari pelanggan tentang kualitas pelayanan dari *Meetologi Coffee*. Tujuan penelitian ini mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ada pada *Meetologi Coffee*. Metode yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil dari penelitian ini didapatkan nilai gap (kesenjangan) tertinggi yaitu pada atribut T3 atau lahan parkir cafe yang dianggap kurang luas juga atribut T7 atau ketersediaan kursi dan meja, ketersediaan meja dan kursi masih kurang yang membuat pelanggan kesulitan dalam menyimpan makan dan minuman juga tempat untuk duduk. Indeks kepuasan pelanggan pada *Meetologi Coffe* secara keseluruhan mendapatkan nilai 76,83% berdasarkan tabel klasifikasi nilai indeks kepuasan pelanggan, hal ini dianggap pelanggan 'puas' dengan pelayanan pada *Meetologi Coffee*. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan *Meetologi Coffee* perlu melakukan analisis jumlah pelanggan supaya dapat memperkirakan jumlah kursi dan meja karena masih di anggap kurang, juga melakukan pelatihan terhadap karyawan dalam segi kesiapan dalam mengatasi masalah dan memberikan solusi untuk pelanggan.

Journal of Systems Engineering and Management is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-SA).



1. Pendahuluan

Di era saat ini, masyarakat saling berlomba lomba untuk meningkatkan perekonomian dengan berbagai cara dimana perkembangan zaman dan juga adanya dampak dari pandemi Covid-19 yang telah berlalu juga telah mempengaruhi perekonomian masyarakat Indonesia, yang mana hal tersebut membuat masyarakat mencoba lebih kreatif dalam membangun kembali ekonomi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Situasi ini mendorong masyarakat untuk meningkatkan kreativitas dalam memulihkan ekonomi guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) [1]. Salah satu jenis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang sedang mengalami pertumbuhan pesat di Kota Tangerang adalah *coffee shop*. Pertumbuhan ini tercermin dari minat yang tinggi dari berbagai kalangan, termasuk pelajar, mahasiswa, dan pekerja. Fenomena ini

dapat diamati dari jumlah *coffee shop* yang semakin bertambah sebanyak 320 di Kota Tangerang

Kondisi pada *Meetologi Coffee* yang memiliki tempat cukup luas dengan tema berbentuk industrial dengan sebagian bangku terbuat dari semen sehingga ketika waktu tertentu sedang ramai, para pengunjung tidak mendapatkan tempat untuk duduk dan menyimpan makanannya. Terdapat ruangan *outdoor* dan *indoor* yang tidak terdapat kanopi pada ruangan *outdoor* dan kurangnya kursi dan meja sehingga pelanggan merasa kurang nyaman. Hal tersebut menimbulkan keluhan dari pelanggan atas pelayanan yang ada pada *Meetologi Coffee*.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang sudah dideskripsikan tersebut, dibutuhkan upaya-upaya pemecahan masalah. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memperbaiki layanan kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini kepuasan konsumen akan di ukur menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

*Penulis korespondensi

alamat e-mail: a68ar@untirta.ac.id

<http://dx.doi.org/10.62870/joseam.vxix.24765>

dan Customer Satisfaction Index (CSI). Beberapa penelitian terdahulu mengenai analisis kepuasan pelanggan telah dilakukan diantaranya membahas tentang analisis tingkat kepuasan konsumen dan kinerja Warkop Kemang Manado [2], dan melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap produk kopi dan kualitas pelayanan menggunakan metode IPA pada Geo Coffee [3-5].

Dalam menganalisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang ada pada *Meetologi Coffee* dengan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, diperlukan identifikasi terhadap faktor-faktor yang mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan juga kepuasan terhadap pelanggan yang berkunjung ke *Meetologi Coffee* ini. Tujuan penelitian mengetahui hasil identifikasi dan nilai gap antara tingkat kepuasan dan kepentingan atribut dan pelayanan yang diterima oleh pelanggan *Meetologi Coffee*, menghitung indeks kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan terhadap pelanggan pada *Meetologi Coffee*, mengetahui atribut apa saja yang perlu diprioritaskan untuk ditingkatkan dalam pengukuran tingkat pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada *Meetologi Coffee* dan memberi usulan perbaikan terhadap atribut yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kualitasnya.

2. Metode Penelitian

Penelitian mengenai kepuasan konsumen dan peningkatan kualitas pelayanan di *Meetologi Coffee* dilakukan dalam bentuk penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Memahami nilai dari variabel mandiri, baik itu satu variabel atau lebih, tanpa melakukan perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel lain. kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan di *Meetologi Coffee* menggunakan pendekatan kuantitatif, dimulai dari pengumpulan data, interpretasi data, hingga presentasi hasilnya dalam bentuk angka[6]. Pendekatan ini terkait dengan variabel penelitian yang menyoroti masalah-masalah terkini dan fenomena saat ini. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk angka yang memiliki signifikansi. Oleh karena itu, untuk penelitian ini, penggunaan kuesioner sebagai media penting diperlukan untuk mengumpulkan data dari responden, yaitu konsumen *Meetologi Coffee*, guna memahami hal-hal yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Lokasi tersebut berada di daerah yang cukup padat penduduk, sehingga menjadi lingkungan yang menguntungkan bagi *Meetologi Coffee* karena potensi pasar yang besar. Penelitian ini berlangsung selama sekitar 4 bulan, dimulai dari bulan September 2023 hingga Desember 2023. data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama atau objek penelitian, seperti wawancara terhadap responden dan juga penyebaran kuesioner dan data yang diperoleh melalui sumber-sumber yang relevan berupa literatur-literatur yang relevan seperti buku, jurnal dan skripsi yang relevan

2.1. Flowchart Importance Performance Analysis (IPA)

Tahap perhitungan dari kuesioner sebelumnya yang telah disebarkan untuk mengukur tingkat kinerja. Selanjutnya

menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat dilihat pada Gambar 2. Tahap pembuatan diagram kartesius berdasarkan hasil perhitungan data yang telah didapatkan sebelumnya hingga akhirnya diketahui seberapa besar performansi dan kinerja dari *Meetologi Coffee* dan mengetahui ada di kuadran hasil dari setiap atribut.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Dengan menempatkan setiap atribut pada kuadran tertentu, peneliti dapat mengidentifikasi dan menyimpulkan atribut mana yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan untuk meningkatkan performa *Meetologi Coffee*.



Gambar 2. Flowchart IPA

2.2 Flowchart Customer Satisfaction Index (CSI)

Hasil dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan sebelumnya dilakukan perhitungan guna mengetahui nilai kepuasan dari pengunjung baik dari segi kepentingan dan harapan pada *Meetologi Coffee*. Hasil perhitungan dari pengunjung selanjutnya dilakukan perhitungan *Mean Importance Score* (MIS) dengan rumus perhitungan :

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots \dots \dots (1)$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots \dots \dots (2)$$

Dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). Kemudian membuat *Weight Factors* (WF) dengan rumus perhitungan :

$$WF = \frac{MIS}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \dots \dots \dots (3)$$

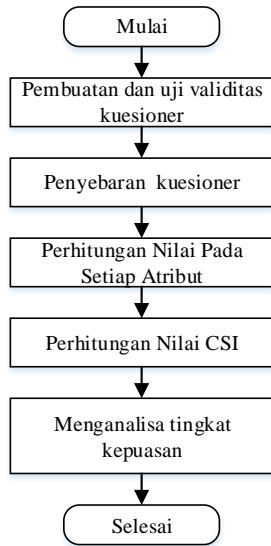
dan *Weight Score* (WS)

$$WS_i = WF_i \times MSS \dots \dots \dots (4)$$

dan kemudian perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\% \dots \dots \dots (5)$$

Pada tahap terakhir, dilakukan analisis terhadap hasil dan nilai tersebut untuk mengetahui tingkat kepuasan dari pelanggan pada *Meetologi Coffee* sudah cukup atau masih adanya atribut yang masih perlu diperbaiki



Gambar 3. Flowchart CSI

3. Hasil dan Diskusi

Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu[6]. Dalam konteks penelitian ini, populasi adalah para pelanggan *Meetologi Coffee*, meskipun jumlah populasi ini tidak diketahui secara pasti. Sementara itu, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel diambil karena tidak mungkin untuk menyelidiki seluruh anggota populasi konsumen. Dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik cafe, didapatkan informasi bahwa jumlah populasi atau pengunjung mencapai 519 orang. Data ini diperoleh dari rata-rata penjualan selama periode penelitian. Berdasarkan informasi ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, dengan metode *accidental sampling*.

Berdasarkan data populasi pengujung yang telah diketahui dilakukan uji perhitungan sampel menggunakan metode slovin dengan tingkat ketelitian sampel yang dapat di toleransi yaitu sebesar 10%.

Tabel 1. Slovin's Formula

N	519
E	0,1
N	83,844

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{519}{1 + 519 (0,1)^2}$$

$$n = 83,844 \approx 84$$

Berdasarkan 25 atribut pertanyaan yang didasarkan dari 5 dimensi yaitu *tangible* (T), *emphaty* (E), *reliability* (RE), *responsiveness* (RS) dan *assurance* (A). Atribut ini dijadikan dasar dari isi kuesioner yang disebarakan untuk dinilai oleh responden menggunakan skala likert. Dalam pengolahan data ini dilakukan menggunakan beberapa tahapan yang dimulai dari uji kecukupan data yang dilakukan untuk mengetahui data yang sudah diambil cukup atau tidak untuk mewakili

populasi, kemudian uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian dilakukan pengolahan data menggunakan metode *GAP Analysis, Importance and Performance Analysis* (IPA) kemudian dilanjutkan perhitungan tingkat kepuasan konsumen dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil dari uji validitas tingkat kepentingan diolah dengan *software SPSS Statistics 26*. Hasil pengujian validitas kepentingan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Validitas Kepentingan

Atribut	r-hitung	r-tabel	Validitas
T1	0.537	0.312	VALID
T2	0.660	0.312	VALID
T3	0.661	0.312	VALID
T4	0.667	0.312	VALID
T5	0.671	0.312	VALID
T6	0.700	0.312	VALID
T7	0.718	0.312	VALID
T8	0.681	0.312	VALID
E1	0.607	0.312	VALID
E2	0.634	0.312	VALID
E3	0.675	0.312	VALID
RL1	0.686	0.312	VALID
RL2	0.641	0.312	VALID

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana hasil pengukuran yang dilakukan tetap konsisten. Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah *Cronbach Alpha*, dimana sebuah alat ukur dianggap reliabel jika koefisien *Cronbach Alpha*-nya lebih besar dari 0,60, sesuai dengan referensi yang ada [3]. Gambar 4 adalah hasil perhitungan reliabilitas untuk atribut kepentingan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	26

Gambar 4. Uji Reliabilitas Kepentingan

Hasil perhitungan dari 25 atribut menunjukkan bahwa gap positif mengindikasikan bahwa *Meetologi Coffee* berhasil melebihi harapan konsumen, menandakan bahwa kebutuhan konsumen telah terpenuhi. Sementara itu, gap negatif menunjukkan bahwa harapan konsumen lebih tinggi daripada apa yang diberikan oleh *Meetologi Coffee*, yang mengindikasikan ketidakpuasan konsumen dan kurangnya keberhasilan *Meetologi Coffee* dalam memenuhi keinginan mereka. Dalam penelitian ini, terdapat 8 nilai gap negatif yang terjadi pada atribut berikut: Atribut T3: Lahan parkir cafe dengan gap nilai -0.22, atribut T7: Ketersediaan kursi dan meja dengan gap nilai -0.07, atribut T8: Jumlah karyawan yang memadai dengan gap nilai -0.01, atribut E3: Kemampuan

karyawan dalam memberikan solusi yang baik dengan gap nilai -0.04, atribut RL2: Ketepatan antara pesanan dengan penyajian dengan gap nilai -0.04, atribut RL4: Kecepatan karyawan dalam menyajikan makanan dengan gap nilai -0.05, atribut RS1: Kesigapan karyawan dalam mengatasi kebutuhan customer dengan gap nilai -0.03, atribut A1: Keamanan dan kebersihan makanan dengan gap nilai -0.02. Sementara atribut lainnya memiliki nilai gap positif, menunjukkan kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan fasilitas di *Meetologi Coffee*.

Tingkat kepuasan diukur menggunakan skala Likert dari 1 hingga 5, nilai 1 menunjukkan sangat tidak penting, nilai 2 menunjukkan tidak penting, nilai 3 menunjukkan netral, nilai 4 menunjukkan penting, dan nilai 5 menunjukkan sangat penting. Dalam tabel tersebut, terdapat 25 atribut pertanyaan yang mencakup jawaban dari pelanggan *Meetologi Coffee* untuk setiap atribut pertanyaan yang ada.

Hasil pengolahan data nilai CSI untuk setiap kelompok atribut dan keseluruhan atribut yang disajikan pada Tabel 3

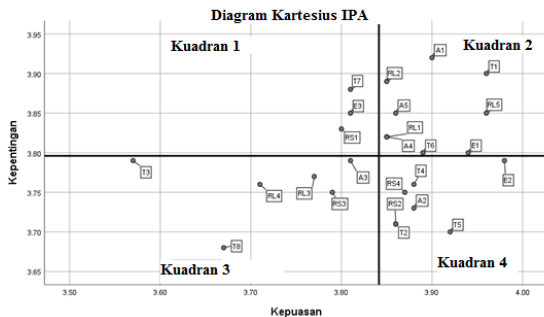
Tabel 3.
CSI

No	Dimensi	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kepuasan		WF	WS	CSI	KATEGORI
		Jumlah Nilai Y	Nilai MIS	Jumlah Nilai x	Nilai MSS				
T1	<i>Tangible</i>	328	3.90	333	3.96	12.92	51.21	76.41%	Puas
T2		312	3.71	324	3.86	12.29	47.40		
T3		318	3.79	300	3.57	12.52	44.73		
T4		316	3.76	326	3.88	12.45	48.30		
T5		311	3.70	329	3.92	12.25	47.97		
T6		319	3.80	327	3.89	12.56	48.91		
T7		326	3.88	320	3.81	12.84	48.91		
T8		309	3.68	308	3.67	12.17	44.62		
Total		30.23		30.56		382.06			
E1	<i>Emphaty</i>	319	3.80	331	3.94	33.23	130.94	78.16%	Puas
E2		318	3.79	334	3.98	33.13	131.71		
E3		323	3.85	320	3.81	33.65	128.17		
Total		11.43		11.73		390.82			
RL1	<i>Reliability</i>	321	3.82	323	3.85	20.01	76.95	76.59%	Puas
RL2		327	3.89	323	3.85	20.39	78.39		
RL3		317	3.77	317	3.77	19.76	74.58		
RL4		316	3.76	312	3.71	19.70	73.17		
RL5		323	3.85	333	3.96	20.14	79.83		
Total		19.10		19.14		382.93			
RS1	<i>Responsive ness</i>	322	3.83	319	3.80	25.47	96.74	76.54%	Puas
RS2		312	3.71	324	3.86	24.68	95.21		
RS3		315	3.75	318	3.79	24.92	94.34		
RS4		315	3.75	325	3.87	24.92	96.42		
Total		15.05		15.31		382.71			
A1	<i>Assurance</i>	329	3.92	328	3.90	20.51	80.09	77.19%	Puas
A2		313	3.73	326	3.88	19.51	75.73		
A3		318	3.79	320	3.81	19.83	75.53		
A4		321	3.82	323	3.85	20.01	76.95		
A5		323	3.85	324	3.86	20.14	77.67		
Total		19.10		19.30		385.97			

Dari Tabel 3 bahwa terdapat nilai CSI tertinggi pada dimensi *Emphaty* dengan nilai sebesar 78,16% dan nilai terendah pada dimensi *Tangible* dengan nilai 76,41% dimana kedua atribut tersebut berada pada range kriteria puas seperti

yang di jelaskan di tabel klasifikasi nilai CSI, yang berarti konsumen puas dengan kinerja dan pelayanan telah di berikan oleh *Meetologi Coffee*

Hasil dari pengolahan data menggunakan *software SPSS Statistics 26* dengan metode *Importance Performane Analysis* (IPA). Diagram yang menunjukkan kuadran IPA terbagi menjadi empat kuadran. Kuadran 1 atau prioritas utama perbaikan, lalu kuadran 2 atau pertahankan prestasi kemudian kuadran 3 atau prioritas rendah dan terakhir merupakan kuadran 4 atau berlebihan. Dapat diketahui bahwa terdapat empat atribut yang berada pada kuadran 1 yang menjadi prioritas utama perbaikan yaitu:



Gambar 5. Kuadran IPA

1. T7 atau ketersediaan kursi dan meja
2. RS1 atau kesiapan karyawan mengatasi kebutuhan customer
3. E3 atau karyawan mampu memberi solusi yang baik terhadap masalah pelanggan

Kemudian terdapat sembilan atribut yang termasuk ke dalam kuadran 2 yang berarti *Meetologi Coffee* cukup mempertahankan prestasi dari atribut ini, berikut atribut yang berada di kuadran 2:

1. RL1 atau kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan *customer*
2. RL2 atau ketepatan antara pesanan dan penyajian
3. RL5 atau makanan dan minuman memiliki citarasa yang lezat
4. A1 atau keamanan dan kebersihan makanan
5. A4 atau kesesuaian harga dengan kualitas makanan
6. A5 atau makanan dan minuman terjamin kebersihannya
7. T1 atau tingkat kebersihan cafe
8. T6 atau fasilitas yang di tawarkan cafe
9. E1 atau karyawan meyapa dengan sopan

Selanjutnya pada kuadran 3 atau prioritas rendah terdapat enam atribut yang mana *Meetologi Coffee* tidak perlu memprioritaskan atribut tersebut ketika menyiapkan atau menerapkan strategi perbaikan, enam atribut tersebut yaitu:

1. T3 atau lahan parkir cafe
2. T8 atau jumlah karyawan memadai
3. RL3 atau harga menu terjangkau
4. RL4 atau kecepatan karyawan dalam menyajikan pesanan
5. RS3 atau kesiapan karyawan dalam mendengarkan keluhan

6. A3 atau pengolahan makanan dan minuman dilakukan secara bersih

Terakhir yaitu kuadran 4 atau berlebihan di mana atribut yang terdapat pada kuadran 4 dianggap berlebihan dan diharapkan *meetologi coffe* lebih mengalihkan sumber dayanya ke kuadran yang di prioritaskan, berikut ini merupakan atribut yang ada di kuadran 4:

1. T2 atau seberapa strategis lokasi cafe
2. T4 atau penampilan dari karyawan cafe
3. T5 atau tampilan dan design dari cafe
4. RS2 atau pengetahuan karyawan tentang menu
5. RS4 atau karyawan memberikan informasi mengenai menu yang habis
6. A2 atau makanan dan minuman tidak menggunakan bahan berbahaya
7. E2 atau karyawan melayani dengan baik

Masalah utama dari kesiapan karyawan mengatasi masalah pelanggan, dengan indikator *method, man, dan measurement*. Usulan perbaikan menggunakan 5W+1H dari variabel E3 disajikan pada Tabel 4.

IPA (*Importance Performance Analysis*) adalah suatu pendekatan yang berguna dalam menentukan kebijakan dan strategi yang efektif berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan terhadap suatu atribut [7]. Metode ini membantu dalam mengidentifikasi indikator-indikator yang penting dan diperlukan oleh sebuah bisnis untuk mencapai kepuasan pelanggannya. IPA memetakan persepsi pelanggan mengenai pentingnya dan efektivitas dari aspek-aspek layanan. Pendekatan IPA dapat digunakan untuk menemukan layanan-layanan yang memerlukan perbaikan guna menjaga kepuasan pelanggan, dengan hasil yang mudah dipahami dan biaya yang minimal [8]. Metode IPA juga digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut. Penilaian kinerja atau kepuasan (*performance*) serta tingkat kepentingan atau harapan (*importance*) pelanggan direpresentasikan dalam matriks diagram kartesian, di mana sumbu X mewakili tingkat kinerja dan sumbu Y mewakili tingkat kepentingan atau harapan. Diagram ini terbagi menjadi empat kuadran yang menentukan prioritas utama, prestasi yang perlu dipertahankan, prioritas rendah, dan juga yang berlebihan. Metode IPA digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan guna memenuhi kepuasan pelanggan, yang dalam konteks ini diimplementasikan terhadap pelanggan *Meetologi Coffee* [9].

Tabel 4
5W+1H

Faktor	What	Why	Who	Where	When	How
Kurangnya waktu pelatihan karyawan	Belum adanya jadwal pasti dalam melakukan pelatihan karyawan	Pihak manajemen belum menemukan waktu yang pas untuk melakukan pelatihan	Manajemen <i>Meetology coffe</i>	<i>Meetology coffe</i>	Dilakukan secara berkala setiap satu bulan	Manajemen perlu menyusun SOP pelatihan karyawan dan penanganan keluhan pelanggan.
Keterampilan komunikasi rendah	Belum terbiasa untuk berkomunikasi dengan pelanggan	Tingkat pengalaman kerja yang masih minim di bidang pelayanan	Karyawan <i>Meetology coffe</i>	<i>Meetology coffe</i>	Ketika melakukan pelayanan dengan konsumen.	Memberikan <i>training</i> pelayanan dan komunikasi terhadap karyawan.
Kurangnya kepekaan Terhadap masalah pengunjung	Tingkat kepedulian dan pelayanan rendah	<i>Meetologi Coffe</i> belum membuat standar pelayanan dan cara pemecahan masalah	Manajemen <i>Meetology coffe</i>	<i>Meetology coffe</i>	Saat dilakukannya evaluasi terhadap hasil kerja	Melakukan evaluasi kerja setiap hari untuk mengetahui apa saja masalah yang ada dan bagaimana pemecahan masalahnya

4. Kesimpulan

Hasil perhitungan nilai gap pada keseluruhan atribut didapatkan 8 atribut bernilai negatif dimana atribut tersebut T3 atau lahan parkir cafe, T7 atau ketersediaan kursi dan meja kurang, T8 atau jumlah karyawan memadai, E3 atau karyawan mampu memberi solusi yang baik terhadap masalah pelanggan, RL2 ketepatan antara pesanan dan penyajian, RL4 kecepatan karyawan dalam menyajikan pesanan, RS1 kesiapan karyawan mengatasi kebutuhan customer, dan A1 atau keamanan dan kebersihan makanan. Dimana atribut yang memiliki nilai negatif dianggap tidak memuaskan karena belum memenuhi harapan dari konsumen, dan untuk 17 atribut lainnya yaitu T1 atau tingkat kebersihan cafe, T2 atau seberapa strategis lokasi cafe, T4 atau penampilan dari karyawan cafe, T5 atau tampilan dan design cafe, T6 atau fasilitas yang di tawarkan cafe, E1 atau karyawan menyapa dengan sopan, E2 atau karyawan melayani dengan baik, RL1 atau kemampuan karyawan dalam berkomunikasi dengan customer, RL3 atau harga menu terjangkau, RL5 atau makanan dan minuman memiliki citarasa yang lezat, RS2 atau pengetahuan karyawan tentang menu, R3 atau kesiapan karyawan dalam mendengarkan keluhan, RS4 atau karyawan memberi informasi mengenai menu yang habis, A2 atau makanan dan minuman tidak menggunakan bahan yang berbahaya, A3 atau pengolahan makanan dan minuman dilakukan secara bersih, A4 atau kesesuaian harga dengan kualitas makanan dan A5 atau makanan dan minuman terjamin kebersihan makanannya bernilai positif dimana hal tersebut dianggap baik karena atribut bernilai positif tersebut dianggap telah memenuhi harapan konsumen dan konsumen merasa puas dengan pelayanan yang telah di berikan.

Nilai indeks kepuasan pelanggan secara keseluruhan pada penelitian kali ini didapatkan nilai sebesar 76,83% dimana hasil tersebut di anggap 'puas' karena sesuai dengan yang tertera pada Tabel 26. Klasifikasi nilai CSI dimana pada tabel tersebut dijelaskan bahwa jika nilai presentase nya diatas 65%

dan dibawah 80% konsumen dianggap puas dengan pelayanan pada *Meetologi Coffee*. Nilai indeks pada tiap dimensi didapatkan hasil tertinggi pada dimensi *emphaty* yaitu sebesar 78,16% kemudia nilai tertinggi selanjutnya yaitu pada dimensi *assurance* yaitu sebesar 77,19% lalu dilanjutkan oleh dimensi *reliability* dengan nilai 76,59% kemudian dimensi *responsiveness* yaitu dengan nilai 76,54% lalu pada dimensi dan terakhir pada dimensi *tangible* yaitu dengan nilai 76,41% dimana tiap dimensi juga memiliki presentase nilai yang di anggap puas karena lebih besar dari 65% dan lebih kecil dari 80%.

Ada 3 atribut yang termasuk ke dalam kuadran 1 yang mana atribut tersebut menjadi prioritas utama perbaikan pada penelitian kali ini yaitu pada atribut T7 atau ketersediaan kursi dan meja, RS1 atau kesiapan karyawan mengatasi kebutuhan customer, dan E3 karyawan mampu memberi solusi yang baik terhadap masalah pelanggan.

Ketiga atribut prioritas utama dilakukan usulan perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan dimana usulan untuk atribut T7 atau kurangnya kursi dan meja yaitu dengan melakukan analisis data kunjungan sebelumnya supaya dapat memperkirakan jumlah pengunjung yang datang juga melakukan pelatihan penataan ruangan supaya ruang untuk kursi dan meja dapat di maksimalkan, kemudian untuk atribut RS1 atau kesiapan karyawan dalam mengatasi masalah customer yaitu dengan memberikan pelatihan *service excellence* guna meningkatkan inisiatif karyawan juga menyusun program training dan juga evaluasi secara berkala, dan terakhir E3 atau karyawan dapat memberikan solusi yang baik dimana dalam hal ini *Meetologi Coffee* perlu melakukan penyusunan SOP dalam penanganan keluhan konsumen juga memberikan pelatihan training pelayanan dan komunikasi terhadap konsumen juga melakukan evaluasi kerja harian untuk mengetahui masalah yang ada dan juga solusi pemecahannya. Hal tersebut akan berguna untuk kedepannya jika ada masalah yang sama terjadi karena sudah pernah dilakukan evaluasi dan pemecahan masalahnya. Sementara itu, untuk atribut pada kuadran 2 ini perlu dipertahankan

keunggulan kompetitifnya dan merupakan kekuatan utama *Meetologi Coffee*, untuk atribut pada kuadran 3 dianggap tidak terlalu penting karena kepentingan konsumen rendah juga tingkat kerjanya rendah. Pada atribut kuadran 4 diharapkan sumber daya nya digunakan untuk prioritas utama perbaikan terlebih dahulu di kuadran 1 karena tingkat kerjanya tinggi tapi kepentingan konsumen terhadap atribut pada kuadran 4 dianggap rendah..

Referensi

- [1] J.B. Santoso, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun)", *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vol. 16. no. 01, 2019
- [2] D. P. Christian, T. M. Katiandagho, E. G. Tangkere, "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dan Kinerja Warkop Kemang Manado", *AGRIRUD*, Vol. 2. no. 2, pp. 154-164, 2020.
- [3] Firdaus, "Aplikasi Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Analisa Peningkatan Kualitas Pelayanan Berdasarkan Persepsi Pengguna Moda Transportasi Bus AKDP dan AKAP Pada Terminal Type B (Studi Kasus Pada Terminal Caruban – Kabupaten Madiun)", 2020.
- [4] S. Hasibuan, Yuhelmi., Guntoro, "Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan yang Diberikan Pramuniaga di Toko Suzuya The Central Pasar Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI)", 2020.
- [5] T. Ismail, R Yusuf, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*", vol. 5. no. 3, 2021.
- [6] Sugiyono, "Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D Bandung", ALFABETA, 2019
- [7] A. Rochman & Suparto, "Analisa Kepuasan Pelanggan Pada Minimarket XYZ Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)", 2019.
- [8] F.P. Sihotang & R. Oktarina, "Penggunaan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) Dalam Menganalisis Pengaruh Sistem E-Service Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *JTSI*. vol. 3. no. 1, 2022
- [9] U. Rastryana, U. Masahere, & S. Rusmayanti, "Analisis IPA Dan CSI Terhadap Kepuasan Pelanggan Market Place Pada Pelayanan J&T Express Indonesia. *Tirtaya EKONOMIKA*. Vol. 17. No. 1, 2022.