

# Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Alfamidi Bukit Palem Cabang Kota Cilegon

Leonard Wedy M<sup>1</sup>, Hadi Setiawan<sup>2</sup>, Sirajuddin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Teknik Industri Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

[leo\\_wedy@yahoo.com](mailto:leo_wedy@yahoo.com)<sup>1</sup>, [hadi\\_s@ft-untirta.ac.id](mailto:hadi_s@ft-untirta.ac.id)<sup>2</sup>, [sirajd\\_udin@yahoo.com](mailto:sirajd_udin@yahoo.com)<sup>3</sup>

## ABSTRAK

*Alfamidi Bukit Palem cabang kota Cilegon merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyediaan produk yang ada di kota Cilegon. Pengukuran kualitas pelayanan perlu dilakukan demi tercapainya kepuasan pelanggan terhadap kinerja jasa penyedia produk yang dilakukan oleh Alfamidi Bukit Palem. Beberapa permasalahan yang terjadi pada Alfamidi bukit palem dari hasil wawancara kepada pelanggan yaitu adanya keluhan pelanggan pada jasa layanan yang diberikan dan karena pelanggan Alfamidi Bukit Palem merupakan pelanggan terbesar, maka peneliti melakukan penelitian mengenai evaluasi kinerja jasa agar mengetahui tanggapan, keinginan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan ini. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan variabel yang harus menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan Alfamidi bukit palem dengan metode IPA (Importance Performance Analysis). Penelitian ini menggunakan metode IPA (Importance Performance Analysis) yaitu kinerja tingkat kepentingan suatu atribut. IPA (Importance Performance Analysis) kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. gap ialah kesenjangan yang terjadi antara perusahaan dengan konsumennya. Hasil penelitian diperoleh bahwa tingkat kesesuaian kinerja dengan kepentingan pelanggan pada layanan yang diberikan secara keseluruhan rata-rata adalah sebesar 90.42 %, hasil dari tingkat kesesuaian kinerja dengan kepentingan tiap-tiap dimensi ialah pada dimensi pelayanan (Product) dengan persentase kenyataan 87.47%, dimensi harga (Price) dengan persentase kenyataan 87.10%, dimensi penampilan lokasi (Place) dengan persentase kenyataan 88.51%, dimensi promosi (Promotion) dengan persentase kenyataan 98.59%. Sedangkan variabel yang menjadi prioritas perbaikan pada penelitian kali ini dengan evaluasi dari hasil metode IPA (Importance Performance Analysis) terhadap kinerja jasa pengguna Alfamidi berdasarkan persepsi pelanggan secara umum harus dilakukan perbaikan berdasarkan jumlah atribut yang berada pada kuadran I sebanyak 4 atribut dan kuadran III sebanyak 5 atribut yang harus dilakukan perbaikan.*

**Kata Kunci:** *Kepuasan Pelanggan, Gap, IPA (Importance Performance Analysis)*

## PENDAHULUAN

Seiring bertumbuhnya dunia usaha, khususnya di Kota Cilegon tentunya akan menimbulkan banyak permasalahan baik dari segi sumber daya manusia, ekonomi, dan sebagainya. Oleh sebab itu dalam dunia usaha perlu adanya sosialisasi akan permasalahan sumber daya manusia, ekonomi, dan sebagainya, yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah tentang pelayanan terhadap konsumen yang tentunya pemilik yang bertugas dalam pelayanan terhadap konsumen berkewajiban memberikan pelayanan kepada konsumen khususnya kualitas pelayanan pada Alfamidi bukit palem cabang kota cilegon yang dikelola oleh pemiliknya. Untuk mewujudkan tingkat kepuasan pelayanan di Alfamidi perlu adanya pemahaman yang diinginkan oleh konsumen untuk mengembangkan tingkat kepuasan dari setiap orang yang ada dalam manajemen Alfamidi tersebut untuk memenuhi kebutuhan. Tanpa memahami keinginan dari konsumen, sulit pelayanan yang diberikan nantinya akan dapat memuaskan konsumen, apabila konsumen sudah puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka secara tidak langsung akan meningkatkan loyalitas para konsumen untuk dapat meningkatkan kinerja pelayanan di Alfamidi bukit palem cabang kota cilegon. Dengan berfokus pada tema yang diambil yaitu analisis kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah Alfamidi, selalu berusaha untuk menjaga kualitas dan mutu pelayanan perusahaan. Fungsi utama terhadap pegawai Alfamidi bukit palem cabang kota cilegon adalah memberikan pelayanan pada konsumen maka pegawai

tersebut perlu terus berupaya untuk meningkatkan kinerja pelayanan. Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada perusahaan dari hasil wawancara kepada pelanggan yaitu adanya keluhan pelanggan pada jasa layanan dan karena pelanggan Alfamidi merupakan pelanggan terbesar, maka peneliti melakukan penelitian mengenai evaluasi kinerja jasa agar mengetahui tanggapan, keinginan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan ini diperlukan metode yang sesuai. Metode untuk permasalahan ini adalah metode IPA (*Importance Performance Analysis*) kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003). IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. Kemudian peneliti menetapkan 60 sampel yang telah ditetapkan. Sedangkan untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan kinerja, digunakan metode *Importance Performance Analysis*. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui nilai kepuasan dengan cara menghitung nilai rata-rata tingkat kepuasan dengan membandingkan tingkat kepentingan, menentukan variabel yang harus menjadi prioritas perbaikan dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode Importance Performance Analysis. Tahapan penelitian untuk analisis kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan jasa di Alfamidi: Pengumpulan data berdasarkan hasil kuesioner dan wawancara serta pengamatan langsung ke lapangan mengenai permasalahan yang terjadi dalam sistem pelayanan jasa di perusahaan Alfamidi. Pembuatan kuesioner pada penelitian menggunakan metode Bauran pemasaran 4P untuk menentukan kriteria-kriteria yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner dengan dimensi umum yang digunakan antara lain product, price, place, dan promotion. Kuesioner dibuat untuk mengetahui kinerja pegawai dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa layanan di Alfamidi. Responden pelanggan perusahaan dari Alfamidi diambil dari beberapa pelanggan/konsumen yang sering menggunakan pelayanan jasa dari Alfamidi. Jumlah responden yang mengisi kuesioner mengenai tingkat kinerja dari Alfamidi dan harapan pelanggan sebanyak 60 pelanggan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel tanpa peluang (Nonprobability Sampling), dimana metode Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011). Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode convenience sampling, dimana responden dipilih berdasarkan atas ketersediaan dan kemudahan untuk mendapatkannya (berada di tempat dan waktu yang tepat) serta memenuhi syarat yang telah ditentukan. Penyusunan kuisisioner berdasarkan dimensi Bauran pemasaran 4P antara lain product, price, place, dan promotion. Semua dimensi tersebut berhubungan dengan pelanggan karena yang akan diteliti berhubungan dengan kinerja (performansi) dan harapan (ekspektasi) yang pelanggan rasakan terhadap jasa pelayanan dari Alfamidi. Skala yang digunakan dalam kuisisioner ini menggunakan skala likert. Uji validitas ini dilakukan dengan 2 cara yaitu manual perhitungan Microsoft Excell dengan menggunakan teknik Moment Pearson dan dengan menggunakan bantuan SPSS 16. Perhitungan manual dilakukan dengan membandingkan  $r$  tabel dengan  $r$  hitung. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka atribut tersebut dinyatakan valid begitu juga sebaliknya. Dalam hal ini atribut atau indikator yang tidak valid tidak diikutsertakan dalam perhitungan selanjutnya dan data yang valid akan dilanjutkan dalam perhitungan selanjutnya. Uji realibilitas ini menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan bantuan SPSS 16. Dimana jika hasil perhitungan dengan SPSS mendapatkan nilai  $\alpha >$  0,6 maka dinyatakan reliabel. Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner, maka dapat diketahui masing-masing nilai variabel performansi dan ekspektasi kualitas pelayanan konsumen Alfamidi. Setelah itu dilanjutkan ketahap selanjutnya, dimana dapat diketahui faktor-faktor yang harus diperbaiki dan harus dipertahankan. Untuk kuadran I perlu peningkatan kinerja, karena pelanggan kurang merasa puas sedangkan faktor tersebut dianggap sangat penting, sedangkan untuk kuadran II merupakan faktor yang harus dipertahankan karena akan pelanggan

mendapatkan kepuasan, kuadran III berisikan prioritas rendah, pihak manajemen tidak terlalu memprioritaskan untuk perbaikan, tetapi jika ingin dilakukan perbaikan akan jauh lebih baik untuk mendapatkan hasil yang jauh lebih sempurna bagi perusahaan sehingga tidak kalah dengan kompetitornya, kuadran IV berisikan cenderung berlebihan, sehingga faktor-faktor tersebut tidak perlu diperhatikan. Dan sebaiknya perhatian dialihkan kepada kuadran I. terdapat aktivitas-aktivitas yang berada pada kuadran I dan III., dimana yang menjadi fokus perbaikan adalah pada kuadran I karena memiliki tingkat kinerja yang rendah tetapi memiliki tingkat harapan yang tinggi. Untuk kuadran III dilakukan perbaikan pada beberapa proses.

## HASIL PEMBAHASAN

Pembuatan kuesioner penelitian menggunakan variabel Bauran pemasaran 4P yaitu dimensi *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Setiap variabel terdiri dari beberapa atribut. Berikut merupakan atribut dari tiap-tiap variabel.

**Tabel 1 Indikator Dimensi Bauran Pemasaran**

Atribut	Pernyataan
1 <i>Product/</i> <i>Pelayanan</i> <i>n</i>	1 Kecepatan pelayanan karyawan melayani konsumen dalam berbelanja
	2 Keramahan karyawan dalam melayani konsumen dalam berbelanja
	3 Ketepatan pembayaran pada kasir dengan harga label produk
	4 Ketepatan pengembalian uang pada konsumen
	5 Karyawan bersedia membantu mengantarkan barang belanja konsumen ke kendaraan
	6 Karyawan membantu konsumen dalam memilih produk yang diinginkan
	7 Kelengkapan produk yang ditawarkan
	8 Penempatan produk yang sesuai sehingga mudah dijangkau
	9 Pelayanan untuk penukaran produk jika terdapat keluhan pada konsumen
	10 Promosi produk yang ditawarkan produsen dapat diproses melalui bantuan pihak toko
	11 Kemampuan para karyawan dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan
2 <i>Price/</i> <i>Harga</i>	12 Harga produk yang ditawarkan cukup bersaing dengan kompetitor lainnya
	13 Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan label harga pada iklan produsen
3 <i>Place/</i> <i>Lokasi</i>	14 Suhu ruangan toko yang nyaman
	15 Area parkir yang nyaman
	16 Kenyamanan ruangan toko
	17 Kebersihan di dalam dan luar area
4 <i>Promotio</i> <i>n/</i> <i>Promosi</i>	18 Mempunyai katalog produk promo khusus seperti diskon tiap bulannya
	19 Perusahaan memiliki beberapa jenis produk unggulan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya

Setelah didapatkan hasil dari kuesioner dengan dimensi bauran pemasaran 4P kepada 60 responden, maka

dilakukan uji validasi dari hasil tersebut. Uji validasi dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Sunyoto, 2011). Dalam penelitian kali ini uji validasi dilakukan untuk mengukur tingkat sah dari kuesioner tersebut. Kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Sunyoto, 2011). Dalam perhitungan uji validasi menggunakan dua cara yaitu secara manual dan bantuan *software* SPSS. Berdasarkan tabel R untuk nilai r dengan N sebesar 60 dan tingkat ketelitian 5% sebesar 0.254. Berikut merupakan perhitungan uji validasi dengan cara manual dan menggunakan SPSS 16 :

**Tabel 2 Validitas Tingkat Kinerja**

no	$\Sigma X$	$\Sigma Y$	$(\Sigma X)^2$	$(\Sigma Y)^2$	$\Sigma XY$	N	R.HITUNG	R.TABEL	Keterangan	
1	242	4581	58564	20985561	355001	18643	60	0.406	0.254	valid
2	257	4581	66049	20985561	355001	19873	60	0.522	0.254	valid
3	257	4581	66049	20985561	355001	19956	60	0.595	0.254	valid
4	207	4581	42849	20985561	355001	16317	60	0.743	0.254	valid
5	183	4581	33489	20985561	355001	14499	60	0.711	0.254	valid
6	266	4581	70756	20985561	355001	20459	60	0.386	0.254	valid
7	255	4581	65025	20985561	355001	19695	60	0.485	0.254	valid
8	280	4581	78400	20985561	355001	21538	60	0.352	0.254	valid
9	233	4581	54289	20985561	355001	18036	60	0.620	0.254	valid
10	245	4581	60025	20985561	355001	18966	60	0.697	0.254	valid
11	235	4581	55225	20985561	355001	18235	60	0.669	0.254	valid
12	225	4581	50625	20985561	355001	17479	60	0.699	0.254	valid
13	234	4581	54756	20985561	355001	18109	60	0.599	0.254	valid
14	237	4581	56169	20985561	355001	18373	60	0.715	0.254	valid
15	234	4581	54756	20985561	355001	18180	60	0.691	0.254	valid
16	245	4581	60025	20985561	355001	18966	60	0.697	0.254	valid
17	255	4581	65025	20985561	355001	19695	60	0.485	0.254	valid
18	257	4581	66049	20985561	355001	19873	60	0.522	0.254	valid
19	234	4581	54756	20985561	355001	18109	60	0.599	0.254	valid

dapat diketahui dari tabel validitas tingkat kinerja bahwa nilai r hitung sebesar 0.406. Nilai r hitung tersebut lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0.254. Sehingga dapat dikatakan bahwa atribut 1 atau pertanyaan 1 dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

**Tabel 3 Validitas Tingkat Kepentingan**

No	$\Sigma X$	$\Sigma Y$	$(\Sigma X)^2$	$(\Sigma Y)^2$	$\Sigma XY$	N	R.HITUNG	R.TABEL	Keterangan	
1	285	5163	81225	26656569	449653	24907	60	0.879	0.254	valid
2	288	5163	82944	26656569	449653	25093	60	0.837	0.254	valid
3	284	5163	80656	26656569	449653	24849	60	0.828	0.254	valid
4	272	5163	73984	26656569	449653	23831	60	0.797	0.254	valid
5	266	5163	70756	26656569	449653	23287	60	0.674	0.254	valid
6	286	5163	81796	26656569	449653	24995	60	0.843	0.254	valid
7	277	5163	76729	26656569	449653	24220	60	0.807	0.254	valid
8	282	5163	79524	26656569	449653	24607	60	0.667	0.254	valid
9	243	5163	59049	26656569	449653	21029	60	0.313	0.254	valid
10	277	5163	76729	26656569	449653	23969	60	0.355	0.254	valid
11	281	5163	78961	26656569	449653	24300	60	0.327	0.254	valid
12	284	5163	80656	26656569	449653	24547	60	0.352	0.254	valid
13	243	5163	59049	26656569	449653	21097	60	0.492	0.254	valid
14	255	5163	65025	26656569	449653	22241	60	0.580	0.254	valid
15	281	5163	78961	26656569	449653	24300	60	0.327	0.254	valid
16	284	5163	80656	26656569	449653	24777	60	0.683	0.254	valid
17	277	5163	76729	26656569	449653	24234	60	0.836	0.254	valid
18	243	5163	59049	26656569	449653	21107	60	0.518	0.254	valid
19	255	5163	65025	26656569	449653	22263	60	0.622	0.254	valid

dapat diketahui dari tabel validitas harapan pelanggan bahwa nilai r hitung sebesar 0.879. Nilai r hitung tersebut lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0.254.

Sehingga dapat dikatakan bahwa atribut 1 atau pertanyaan 1 dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel. Uji reliabilitas dilakukan secara perhitungan manual dan menggunakan *software* SPSS. Untuk *software* SPSS menggunakan *alpha-cronbach*. Dalam perhitungan reliabilitas, terdapat ketentuan nilai yang dibagi dalam lima kelas dengan *range* yang sama, seperti pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4 Ketentuan Nilai Reliabilitas**

Alpha Cronbach's	Tingkat Reliabilitas
0.00 s/d 0.20	Kurang Reliabel
0.21 s/d 0.40	Agak Reliabel
0.41 s/d 0.60	Cukup Reliabel
0.61 s/d 0.80	Reliabel
0.81 s/d 1.00	Sangat Reliabel

**Tabel 5 Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.894	19

Dari hasil pada tabel dapat dilihat bahwa dengan menggunakan bantuan *software* spss nilai *cronbach's alpha* tidak jauh dengan perhitungan manual yaitu sebesar 0.892 dengan *N of item* sebanyak 19. Nilai tersebut berada diantara *range* 0.81-1.00 sehingga masuk ke dalam kategori sangat reliabel.

**Tabel 6 Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.915	19

Dari hasil pada tabel dapat dilihat bahwa dengan menggunakan bantuan *software* spss nilai *cronbach's alpha* tidak jauh dengan perhitungan manual yaitu sebesar 0.915 dengan *N of item* sebanyak 19. Nilai tersebut berada diantara *range* 0.81-1.00 sehingga masuk ke dalam kategori sangat reliabel.

Gap adalah kesenjangan yang terjadi antara perusahaan dengan konsumennya. Nilai kesenjangan diperoleh dengan mengurangi skor rata-rata kinerja dengan skor rata-rata nilai kepentingan. Berikut ini hasil table kesenjangan keseluruhan (*gap*).

**Tabel 7 kesenjangan perdimensi**

Dimensi	Kinerja	Kepentingan	Nilai Kesenjangan	presentase kenyataan
Product/Pelayanan	4.03	4.61	-0.58	87.47
Price/Harga	3.83	4.39	-0.57	87.10
Place/Lokasi	4.05	4.57	-0.53	88.51
Promotion/Promosi	4.09	4.15	-0.06	98.59
RATA-RATA			-0.43	90.42
TOTAL			-1.73	

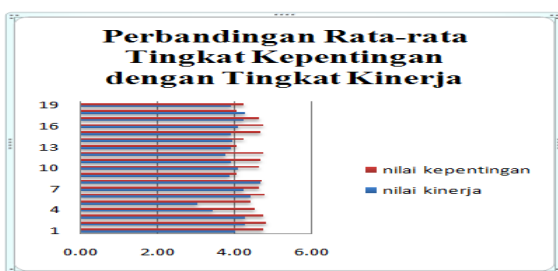
**Tabel 8 gap (kesenjangan)**

variabel	no	Pertanyaan	nilai kinerja	nilai kepentingan	GAP
Product/Pelayanan	1	Kecepatan pelayanan karyawan melayani konsumen dalam berbelanja	4.03	4.75	-0.72
	2	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen dalam berbelanja	4.28	4.80	-0.52
	3	Ketepatan pembayaran pada kasir dengan harga label produk	4.28	4.73	-0.45
	4	Ketepatan pengembalian uang pada konsumen	3.45	4.53	-1.08
	5	Karyawan bersedia membantu mengantar barang belanja konsumen ke kendaraan	3.05	4.43	-1.38
	6	Karyawan membantu konsumen dalam memilih produk yang diinginkan	4.43	4.77	-0.33
	7	Kelengkapan produk yang ditawarkan	4.25	4.62	-0.37
	8	Penempatan produk yang sesuai sehingga mudah dijangkau	4.67	4.70	-0.03
	9	Pelayanan untuk pembaruan produk jika terdapat keluhan pada konsumen	3.88	4.05	-0.17
	10	Promosi produk yang ditawarkan produsen dapat diperoleh melalui bantuan pihak toko	4.08	4.62	-0.53
Price/Harga	11	Kemampuan para karyawan dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan	3.92	4.68	-0.77
	12	Harga produk yang ditawarkan cukup bersaing dengan kompetitor lainnya	3.75	4.73	-0.98
	13	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan label harga pada iklan produsen	3.90	4.05	-0.15
Place/Lokasi	14	Suhu ruangan toko yang nyaman	3.95	4.25	-0.30
	15	Area parkir yang nyaman	3.90	4.68	-0.78
	16	Kenyamanan ruangan toko	4.08	4.73	-0.65
	17	Kebersihan di dalam dan luar area	4.25	4.62	-0.37
Promotion/Promosi	18	Memiliki katalog produk promo khusus seperti diskon tiap bulannya	4.28	4.05	0.23
	19	Pertukaran membeli beberapa jenis produk unggulan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya	3.90	4.25	-0.35

**Tabel 9 IPA (Importance Performance Analisis)**

variabel	no	pertanyaan	nilai kinerja	nilai kepentingan
Product/Pelayanan	1	Kecepatan pelayanan karyawan melayani konsumen dalam berbelanja	4.03	4.75
	2	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen dalam berbelanja	4.28	4.80
	3	Ketepatan pembayaran pada kasir dengan harga label produk	4.28	4.73
	4	Ketepatan pengembalian uang pada konsumen	3.45	4.53
	5	Karyawan bersedia membantu mengantar barang belanja konsumen ke kendaraan	3.05	4.43
	6	Karyawan membantu konsumen dalam memilih produk yang diinginkan	4.43	4.77
	7	Kelengkapan produk yang ditawarkan	4.25	4.62
	8	Penempatan produk yang sesuai sehingga mudah dijangkau	4.67	4.70
	9	Pelayanan untuk pembaruan produk jika terdapat keluhan pada konsumen	3.88	4.05
	10	Promosi produk yang ditawarkan produsen dapat diperoleh melalui bantuan pihak toko	4.08	4.62
Price/Harga	11	Kemampuan para karyawan dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan	3.92	4.68
	12	Harga produk yang ditawarkan cukup bersaing dengan kompetitor lainnya	3.75	4.73
	13	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan label harga pada iklan produsen	3.90	4.05
Place/Lokasi	14	Suhu ruangan toko yang nyaman	3.95	4.25
	15	Area parkir yang nyaman	3.90	4.68
	16	Kenyamanan ruangan toko	4.08	4.73
	17	Kebersihan di dalam dan luar area	4.25	4.62
Promotion/Promosi	18	Memiliki katalog produk promo khusus seperti diskon tiap bulannya	4.28	4.05
	19	Pertukaran membeli beberapa jenis produk unggulan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya	3.90	4.25
		rata-rata	4.02	4.53

Berdasarkan tabel diatas skala tingkat kepentingan sumbu Y dan tingkat kinerja sumbu X masing-masing atribut pada dua sumbu pada grafik untuk perbandingan ( Timothy, 2004). Hasil table diatas dapat di buat grafikanya agar memprmudah untuk melihat datanya.dibawah ini grafik perbandingan rata-rata tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja



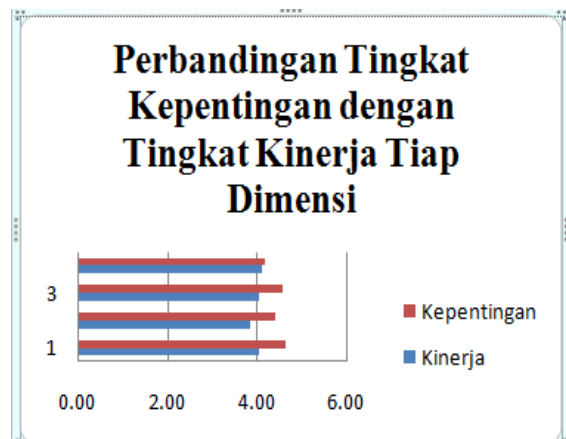
**Gambar 1 Perbandingan Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat Kepuasan**

Berdasarkan gambar diatas perbandingan tingkat kepentingan dengan tingkat kepuasan grafik yang mempunyai nilai tertinggi adalah dari tingkat kepentingan yaitu pada variabel no 2 (keramahan karyawan dalam melayani konsumen dalam berbelanja). Sedangkan grafik yang mempunyai nilai terkecil adalah dari tingkat kepentingan dengan no 9 (pelayanan untuk penukaran produk yang ditawarkan sesuai dengan label harga pada iklan produsen) dan variabel no 18 (mempunyai katalog produk promo khusus seperti diskon tiap bulannya).

**Tabel 10 Tingkat Kesesuaian Kinerja Dengan Kepentingan Perdimensi**

Dimensi	Kinerja	Kepentingan	presentase kenyataan
Product/Pelayanan	4.03	4.61	87.47
Price/Harga	3.83	4.39	87.10
Place/Lokasi	4.05	4.57	88.51
Promotion/Promosi	4.09	4.15	98.59
RATA-RATA			90.42
TOTAL			361.68

Berdasarkan tabel diatas dimensi yang memiliki kesesuaian paling tinggi antara persepsi kepentingan yang di inginkan masyarakat dengan kepuasan kinerja yang diterima adalah dari dimensi promosi

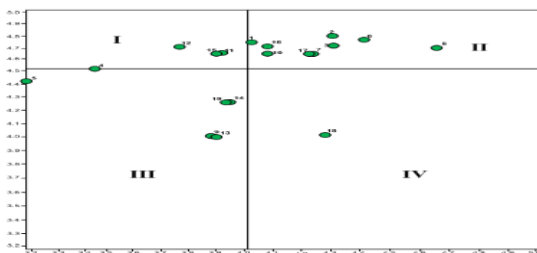


**Gambar 2 Perbandingan Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat Kepuasan tiap dimensi**

Berdasarkan gambar diatas yang mempunyai nilai tinggi adalah dari dimensi pelayanan (product), hal ini membuktikan bahwa responden lebih mengutamakan segi pelayanan dalam berbelanja disamping harga yang ditawarkan,promosi dan tempat membelinya. Setelah mengetahui rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja melalui perhitungan pada bahasan table sebelumnya. Sekarang dibuat diagram kartesius Importance Performance Analisis (IPA). pada diagram ini nilai  $\bar{x}_i$  (nilai rata-rata dari total penjumlahan rata-rata tingkat kinerja). Memotong sumbu tegak lurus pada sumbu horizontal yaitu sumbu (y) mencerminkan kinerja item (x). sedangkan nilai  $\bar{y}_i$ (nilai rata-rata dari total penjumlahan rata-rat tingkat kepentingan) memotong tegak lurus pada sumbu vertikal yaitu sumbu yang mencerminkan kepentingan item (y).



kemudian nilai bobot kepentingan dan kepuasan di plotkan ke dalam diagram dan berikut gambar diagram kartesius Importance Performance Analisis (IPA).



**Gambar 3 Diagram Kartesius Importance Performance Analisis (IPA)**

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa semua atribut terbagi didalam empat kuadran, berikut penjelasannya: Kuadran 1 memiliki arti bahwa atribut yang berada pada kuadran ini harus ditingkatkan kinerja karena atribut dalam kuadran ini memuaskan pelanggan tetapi belum dijalankan dengan baik oleh perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari tingginya tingkat kepentingan sedangkan tingkat kinerja berada pada posisi yang rendah.

**Tabel 11 Atribut Pada Kuadran I**

Kuadran I	
No	Variabel Pertanyaan
4	Ketepatan pengambilan uang pada konsumen
11	Kemampuan para karyawan dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan
12	Harga produk yang ditawarkan cukup bersaing dengan kompetitor lainnya
15	Area parkir yang nyaman

Kuadran 2 memiliki arti bahwa setiap atribut harus dipertahankan kinerjanya oleh perusahaan, karena merupakan faktor penunjang kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari tingginya tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.

**Tabel 12 Atribut Pada Kuadran II**

Kuadran II	
No	Variabel Pertanyaan
1	Kecepatan pelayanan karyawan melayani konsumen dalam berbelanja
2	Keramahan karyawan dalam melayani konsumen dalam berbelanja
3	Ketepatan pembayaran pada kasir dengan harga label produk
6	Karyawan membantu konsumen dalam memilih produk yang diinginkan
7	Kelengkapan produk yang ditawarkan
8	Penempatan produk yang sesuai sehingga mudah dijangkau
10	Promosi produk yang ditawarkan produsen dapat diproses melalui bantuan pihak toko
16	Kebersihan di dalam dan luar area
17	

Kuadran 3 memiliki arti bahwa atribut berada pada prioritas rendah karena tidak terlalu penting bagi pelanggan. Hal ini terlihat dari rendahnya tingkat kepentingan dan tingkat kinerja perusahaan.

**Tabel 13 Atribut Pada Kuadran III**

Kuadran III	
No	Variabel Pertanyaan
5	Karyawan bersedia membantu mengantarkan barang belanja konsumen ke kendaraan
9	Pelayanan untuk pembaruan produk jika terdapat keluhan pada konsumen
13	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan label harga pada iklan produsen
14	Suhu ruangan toko yang nyaman
19	Perusahaan memiliki beberapa jenis produk unggulan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya

Kuadran 4 sebagai daerah yang cenderung berlebihan, karena dianggap penting oleh pelanggan, tetapi dijalankan sangat baik oleh perusahaan. Hal ini terlihat dari rendahnya tingkat kepentingan dan tingginya tingkat kinerja perusahaan.

**Tabel 14 Atribut Pada Kuadran IV**

Kuadran IV	
No	Variabel Pertanyaan
18	Mempunyai katalog produk promo khusus seperti diskon tiap bulannya

### Analisis Deskriptif Responden

Evaluasi terhadap kinerja pelayanan mini market yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan dari Alfamidi Bukit Palembang. Jumlah responden yang mengisi kuesioner mengenai tingkat kepuasan pelanggan sebanyak 60 pelanggan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel tanpa peluang (*Nonprobability Sampling*), dimana metode *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011). Setelah memilih metode *Nonprobability sampling* teknik yang digunakan adalah teknik *Sampling Insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Responden yang mengisi kuesioner ini adalah konsumen yaitu semua kalangan yang menggunakan jasa di mini market tersebut, seperti remaja dan orang tua. Variabel kuesioner yang digunakan menggunakan atribut bauran pemasaran 4P yaitu *Product, Price, Place* dan *Promotion*. Dimana indikator atau atribut dalam tiap dimensi peneliti didapat dari hasil wawancara kepada konsumen, pernyataan yang sederhana ini dimaksudkan agar memudahkan responden dalam mengisi kuesioner untuk memberikan persepsi mereka terhadap pelayanan Alfamidi Bukit Palembang. Kuesioner yang dibuat dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* dalam pemberian bobotnya. Serta pengolahan hasil kuesioner menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*), bertujuan untuk mengetahui hubungan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang pelanggan rasakan terhadap jasa pelayanan dari Alfamidi Bukit Palembang sehingga diketahui kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

## Analisa Nilai Kesenjangan (*gap*)

Alfamidi Bukit Palem harus mampu melayani seluruh pelanggan yang ada, dari segi *Product, Price, Place* dan *Promotion*. Dengan melakukan perhitungan nilai *gap* tiap dimensi kualitas pelayanan, dapat diketahui sampai sejauh mana tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan pada tiap-tiap dimensi tersebut. Berdasarkan tabel nilai kesenjangan (*gap*) pada tiap dimensi pelayanan masih bernilai negatif. Rata-rata kesenjangan dari tiap dimeansi yaitu sebesar -0,43, hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan berikan kepada pelanggan belum mampu memenuhi harapan atau keinginan pelanggan. Serta rata-rata presentase kenyataan dari tiap dimensi yaitu sebesar 90.42%, yang berarti tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dari pihak perusahaan yang telah dirasakan oleh konsumen sudah puas hanya saja belum mencapai maksimal. Sehingga pihak manajemen perlu mempertahankan kualitas pelayanan ini atau bahkan bisa lebih ditingkatkan kembali agar bisa memaksimalkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dari perusahaan.

## Diagram Kartesius IPA (*Importance Performance Analysis*)

Dari hasil pemetaan yang dilakukan pada diagram kartesius dapat terlihat beberapa atribut yang perlu untuk dilakukannya perbaikan dan atribut-atribut perlu untuk dipertahankan oleh pihak perusahaan yang terbagi kedalam kuadran-kuadran (1,2,3,4) sesuai dengan tingkat kesesuaian kinerja dengan kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan, yaitu tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 90.42. Adapun hasil pemetaannya adalah sebagai berikut :

**Kuadran 1:** Kuadran 1 adalah wilayah yang berisikan atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, namun dalam kenyataannya atribut ini masih belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Dalam hal ini perusahaan perlu melakukan perbaikan sebaik mungkin untuk meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap atribut yang termasuk kedalam kuadran 1. Dari diagram kartesius yang dibuat, diketahui bahwa atribut yang termasuk dalam kuadran 1 yaitu atribut 4,11,12,15 berikut penjelasan atribut yang masuk dalam kuadran 1:

Beberapa hal yang sebaiknya perlu dilakukan guna perbaikan atau penyesuaian terhadap beberapa hal yang menjadi prioritas diatas yang pertama yaitu menyiapkan pengembalian uang pas sesuai dengan pengembalian uang pada konsumen agar pengembalian tidak merepotkan pelanggan, perlunya penambahan plang informasi lokasi produk yang sesuai untuk mengurangi timbulnya pertanyaan dari konsumen mengenai produk barang yang ingin mereka beli, perbaikan label harga disesuaikan dengan produk harga yang ditawarkan agar mampu menyerap daya saing konsumen dalam pembelian, menyediakan kamera cctv pada area parkir dan menyediakan petugas parkir untuk dapat menanggulangi rasa keamanan agar kenyamanan dapat terjaga sehingga konsumen dapat berbelanja dengan aman dan nyaman.

**Kuadran 2:** Pada kuadran 2 ini yaitu daerah yang atributnya dianggap penting oleh konsumen, atribut

yang dianggap telah sesuai dengan harapan/keinginan konsumen sehingga tingkat kepuasan konsumen relative tinggi, sehingga perlu untuk dipertahankan oleh pihak Alfamidi bukit palem karena sudah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Adapun atribut yang termasuk kedalam kuadran ini yaitu 1,2,3,6,7,8,10,16,17.

**Kuadran 3:** Kuadran 3 adalah daerah yang masuk didalamnya berisikan atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pada kenyataannya kinerja pihak Alfamidi bukit palem pun dinilai kurang memuaskan. Tetapi tidak menutup kemungkinan kuadran 3 pada suatu saat nanti menjadi perhatian yang khusus oleh konsumen, sehingga Alfamidi bukit palem juga harus mempertimbangkan hal tersebut. Adapun atribut yang termasuk kedalam kuadran ini yaitu 5,9,13,14,19. Adapun hal-hal yang sebaiknya perlu dilakukan perbaikan terhadap beberapa hal yang menjadi prioritas diatas yang pertama yaitu perlunya penambahan Troli (keranjang dorong) untuk memudahkan konsumen membawa barang bawaan kendaraannya, penambahan meja kasir untuk bila mana ada penukran produk jika terdapat keluhan dari konsumen, memperbaiki label harga yang tertera pada produk yang akan ditawarkan dengan adanya perubahan-perubahan harga yang terjadi agar sesuai dengan harga iklan yang sudah ada, perlunya penambahan alat pendingin ruangan untuk dapat menjaga suhu yang ada diruangan demi kenyamanan para konsumen dalam berbelanja, perlunya program-program setiap minggunya secara berkala yaitu seperti member diskon berbelanja dengan nilai kelipatan yang sudah ditentukan atau memberikan merchendaise agar menarik daya saing konsumen dalam berbelanja.

**Kuadran 4:** Kuadran 4 adalah daerah yang masuk didalamnya berisikan atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan kinerja yang dilakukan pihak Alfamidi bukit palem dirasakan berlebihan, sehingga Alfamidi bukit palem tidak perlu melakukan perbaikan. Adapun atribut yang termasuk kedalam kuadran ini yaitu 18.

## Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Menjadi Prioritas Untuk Diperbaiki Berdasarkan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*)

Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan yang dilihat dari tingkat kinerja perusahaan (*performansi*) serta kepentingan pelanggan (*importance*) terhadap faktor tersebut digunakan dalam pembuatan diagram kartesius yang disebut sebagai *kuadran analysis*. Dalam *kuadran analysis* terdiri dari 4 bagian serta untuk sumbu x merupakan tingkat kinerja (*performansi*) dari perusahaan sedangkan untuk sumbu y adalah tingkat kepentingan (*importance*) dari pelanggan terhadap atribut-atribut tersebut. Kuadran I merupakan peningkatan kinerja pada penelitian ini berada pada daerah antara < 4.02 pada sumbu x dan > 4.53 untuk sumbu y. Untuk kuadran II merupakan kuadran pertahanan kinerja pada penelitian ini berada pada daerah > 4.02 pada sumbu x dan > 4.53 pada sumbu y. Kuadran III merupakan kuadran prioritas rendah untuk

dilakukan perbaikan pada penelitian ini berada pada daerah  $< 4.02$  pada sumbu x dan  $< 4.53$  pada sumbu y. Terakhir, yaitu kuadran IV dimana merupakan kuadran cenderung berlebihan hal-hal yang dilakukan perusahaan untuk penelitian ini berada pada daerah  $> 4.02$  pada sumbu x dan  $< 4.53$  pada sumbu y. Atribut yang dilakukan perbaikan adalah pada kuadran I dan kuadran III, dimana kuadran I merupakan prioritas perusahaan dalam melakukan perbaikan antara lain ketepatan pengembalian uang pada konsumen berada pada titik 3.45 pada sumbu x dan 4.53 pada sumbu y, kemampuan para karyawan dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan berada pada titik 3.92 pada sumbu x dan 4.68 pada sumbu y, harga produk yang ditawarkan cukup bersaing dengan kompetitor lainnya berada pada titik 3.75 pada sumbu x dan 4.73 pada sumbu y, area parkir yang nyaman pada titik 3.90 pada sumbu x dan 4.68 pada sumbu y. Selain kuadran I, dilakukan perbaikan pada kuadran III atribut berada pada prioritas rendah. Dimana karyawan bersedia membantu mengantarkan barang belanja konsumen ke kendaraan pada titik 3.05 pada sumbu x dan 4.43 pada sumbu y, pelayanan untuk penukaran produk jika terdapat keluhan pada konsumen pada titik 3.88 pada sumbu x dan 4.05 pada sumbu y, harga produk yang ditawarkan sesuai dengan label harga pada iklan produsen pada titik 3.90 pada sumbu x dan 4.05 pada sumbu y, suhu ruangan toko yang nyaman pada titik 3.95 pada sumbu x dan 4.25 pada sumbu y, perusahaan memiliki beberapa jenis produk unggulan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya pada titik 3.90 pada sumbu x dan 4.25 pada sumbu y.

## KESIMPULAN

Nilai persepsi dan ekspektasi yang diperoleh pada masing-masing dimensi yaitu, dimensi *Product*, kinerja = 4,03 dan kepentingan = 4,61, dimensi *Price*, kinerja = 3,83 dan kepentingan = 4,39, dimensi *Place*, kinerja = 4,05 dan kepentingan = 4,57, dimensi *Promotion*, kinerja = 4,09 dan kepentingan = 4,15. Serta nilai presentase kenyataan di perusahaan, yaitu dimensi *Product* = 87,47%, dimensi *Price* = 87,10%, dimensi *Place* = 88,51%, dimensi *Promotion* = 98,59%. Variabel yang menjadi prioritas perbaikan pada penelitian kali ini dengan evaluasi dari hasil metode IPA (*Importance Performance Analysis*) terhadap kinerja jasa pelayanan mini market berdasarkan persepsi pelanggan secara umum harus dilakukan perbaikan berdasarkan jumlah atribut yang berada pada kuadran I sebanyak 4 atribut yang harus dilakukan perbaikan yaitu ketepatan pengembalian uang pada konsumen, kemampuan para karyawan dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan, harga produk yang ditawarkan cukup bersaing dengan kompetitor lainnya, dan area parkir yang nyaman. Dan kuadran III sebanyak 5 atribut yaitu karyawan bersedia membantu mengantarkan barang belanja konsumen ke kendaraan, pelayanan untuk penukaran produk jika terdapat keluhan pada konsumen, harga produk yang ditawarkan sesuai dengan label harga pada iklan produsen, suhu ruangan toko yang nyaman, dan perusahaan memiliki beberapa

jenis produk unggulan dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

## SARAN

Pemilik Alfamidi bukit palem sebaiknya menjadikan faktor-faktor yang terdapat pada kuadran 1 dan 3 tersebut sebagai strategi kedepan untuk bersaing dengan bisnis ritel lainnya, Melakukan perbaikan berdasarkan usulan perbaikan yang telah diberikan untuk perusahaan secara keseluruhan dan terus-menerus sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan yang sesuai, Konsistensi terhadap promosi di setiap bulannya karena masyarakat menilai bagus untuk variabel ini, Untuk penelitian selanjutnya dilakukan penelitian terhadap aktivitas lainnya selain kinerja pelayanan, dan menggunakan simulasi untuk peningkatan secara keseluruhan aktivitas yang terjadi di perusahaan untuk meningkatkan efisiensi terhadap perusahaan dan konsisten terhadap ketentuan yang pedoman pelayanan

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanullah, Alifian, 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, *Tugas Akhir*, Jurusan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang (Tidak Publikasi)
- Buchari, Alma, 2011, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi Cetakan Kedua, Alfabeta, Bandung
- Fitriana, Vicha, 2010, Usulan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Pendidikan Tinggi Menggunakan Metode Fuzzy Dengan Dimensi Student Satisfaction Inventory Pada FKIP Di PTN X, *Tugas Akhir*, Jurusan Teknik Industri, FT.Untirta, Cilegon (Tidak Publikasi)
- Hermawan, A. 2012. *Identifikasi Faktor Perbaikan Kualitas Produk Kecap Benteng Koki Pyramid PD Putra Jaya Food Industries dengan Pendekatan Bauran Pemasaran. Tugas akhir* Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. (Tidak Publikasi)
- Importance-Performance Analysis (IPA) in Evaluating Japan's E- government Services. Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. Unicrsidadnde Talca.Chile*
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip Dan Kevin Keller Lane, 2008, *Manajemen Pemasaran*. Jilid Pertama, Edisi Ketiga Belas, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Mieke, Elita, 2011, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen, Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Usulan, *Tugas Akhir*, Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro, Semarang (Tidak Publikasi)
- Rangkuti, Freddy, 2006, *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama. STEIBII.

Setiawati, Lenny. Sugiarto, Toto. *Analisis Tingkat Kepentingan & Kinerja*

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandi. 2000. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Tyrrell, T. dan Mark J. *Importance-Perfomance Analysis : Some Recommendations from an Economic Planninh Perspective*. Tourism Analysis. University of Rhode Island.

Yola, Melfa 2013. Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA), *Jurnal Kepuasan Konsumen*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau.