

Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* Melalui Dimensi Servqual di PT. Tjkrindo Mas – Gresik

Muhammad Rofi' Abiyyu¹, Suparto²
Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Indonesia^{1,2}
muhammadrofiabiyyu50@gmail.com

Diserahkan tanggal 20 Januari 2024 | Diterima tanggal 19 Maret 2024 | Diterbitkan tanggal 30 Maret 2024

Abstract:

The rapid development of technology and time changes have made competition between companies increasingly fierce. It also happens in the HDPE PVC pipe industry, highlighting the importance of consumer assessment and consumer satisfaction. To achieve the company's success, Tjkrindo Mas Ltd. must understand consumer behavior, especially what consumers need or want. In addition, improving the quality of products and services becomes a concern for this company to realize the company's vision and mission, such as by maintaining and increasing market share. However, this company still has a decline in turnover in sales of PVC and HDPE pipes due to the large number of competitors who are almost similar to it. Therefore, this research aims to determine the attributes of services and improve service performance in the future by applying the Customer Satisfaction Index and Importance Performance Analysis methods. The results of the research indicated that customer satisfaction at Tjkrindo Mas Ltd. obtained a CSI value of 77.22%, or satisfactory. Furthermore, it reached an IPA value of 97.5%, meaning that it met consumer expectations.

Keywords: CSI, IPA, Performance, Customer, Service

Abstrak :

Semakin pesatnya perkembangan suatu teknologi dan perubahan zaman membuat persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Semakin pesatnya perkembangan dibidang industri pipa PVC HDPE penilaian konsumen dan kepuasan konsumen sangatlah penting. Untuk mencapai keberhasilan tersebut perusahaan PT. Tjkrindo Mas harus dapat memahami perilaku konsumen, apa yang dibutuhkan atau yang diinginkan konsumen. Bukan hanya itu, perbaikan kualitas produk dan pelayanan menjadi perhatian perusahaan PT. Tjkrindo Mas untuk mewujudkan visi misi perusahaan, salah satunya mempertahankan dan menambah pangsa pasar. Namun masih terjadi penurunan omset dalam penjualan pipa PVC/HDPE karena banyaknya pesaing yang tidak kalah besar dengan perusahaan PT. Tjkrindo Mas. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut terhadap pelayanan serta meningkatkan pelayanan kinerja dimasa yang akan datang. Hal ini dilakukan dengan menerapkan metode Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis. Berdasarkan hasil penelitian kepuasan pelayanan PT. Tjkrindo Mas dapat diketahui nilai CSI sebesar 77,22% yang artinya "Puas". Serta dalam IPA terbitung nilai sebesar 97,5% yang artinya sudah memenuhi ekspektasi konsumen.

Kata Kunci: CSI, IPA, Kinerja, Pelanggan, Pelayanan

Copyright © 2024, Author

This is an open-access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



PENDAHULUAN

Semakin pesatnya perkembangan suatu teknologi dan perubahan zaman membuat persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat. Semakin pesatnya perkembangan dibidang industri pipa PVC HDPE penilaian konsumen dan kepuasan konsumen sangatlah penting. Untuk mencapai keberhasilan tersebut perusahaan harus dapat memahami perilaku konsumen, apa yang dibutuhkan atau yang diinginkan konsumen. Bukan hanya itu, perbaikan kualitas produk dan pelayanan menjadi perhatian perusahaan untuk mewujudkan visi misi perusahaan, salah satunya mempertahankan dan menambah pangsa pasar.

Bagi perusahaan industri dan jasa, manajemen kualitas sudah menjadi kebutuhan pokok jika ingin bersaing. Tuntutan para pelanggan terhadap pelayanan semakin meningkat dan kepuasan keinginan akan produk yang berkualitas juga meningkat drastis. Hal ini karena banyak sekali perusahaan industri dan jasa. Dengan demikian, klien memiliki beberapa kemungkinan untuk memilih produk yang unggul. Pelanggan umumnya mengharapkan produk yang dapat diterima dan dinikmati dengan pelayanan yang baik atau memuaskan menurut Wilujeng & Rembulan (2019).

Kepuasan adalah hasil penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan, dimana hasil bisa lebih bisa kurang, kepuasan pelanggan ditentukan dari persepsi pelanggan atas kinerja produk, kualitas produk atau jasa dalam memenuhi harapannya. Kualitas memang menjadi faktor penentu keberhasilan saat ini, hal ini disebabkan oleh banyaknya varian-varian produk baru berserta produk penggantinya, sehingga konsumen semakin menjadi raja bagi sebuah perusahaan. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya menurut Assauri (2018). Perusahaan yang memiliki kualitas yang lebih baik akan memberikan *customer value* yang lebih baik. Dengan ini cara perusahaan dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada, menarik konsumen baru, dan mengalihkan perhatian konsumen pesaing. Upaya ini pada akhirnya akan mampu meningkatkan pangsa pasar total penjualan.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dimiliki, digunakan ataupun dikonsumsi yang bisa memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan hasil dari kegiatan produksi yang berwujud barang. Menurut Putra (2022) ada lima tingkatan produk, yaitu *core benefit*, *basic product*, *expected product*, *augmented product*, dan *potential product*. Penjelasan dari kelima tingkatan produk itu adalah: 1) *Core benefit*, yaitu manfaat dasar dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen; 2) *Basic product*, yaitu bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan oleh panca indra; 3) *Expected product*, yaitu serangkaian atribut-atribut produk dan kondisi-kondisi yang diharapkan oleh pembeli pada saat membeli suatu produk; 4) *Augmented product*, yaitu sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh badan usaha dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing; dan 5) *Potential product*, yaitu semua argumentasi dan perubahan bentuk yang dialami oleh suatu produk di masa yang akan datang.

Jasa merupakan suatu aktivitas, tindakan atau kegiatan yang berhubungan erat dengan kehidupan sehari-hari dan dibutuhkan pada setiap lapisan masyarakat. Jasa tidak berwujud tetapi bisa diidentifikasi. Berikut adalah pengertian jasa menurut beberapa sumber. Menurut Suryani (2018) jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang menghasilkan keluaran selain produk yang berbentuk fisik, dapat untuk digunakan serta dibuat pada waktu yang bersamaan dan prinsipnya tidak berwujud.

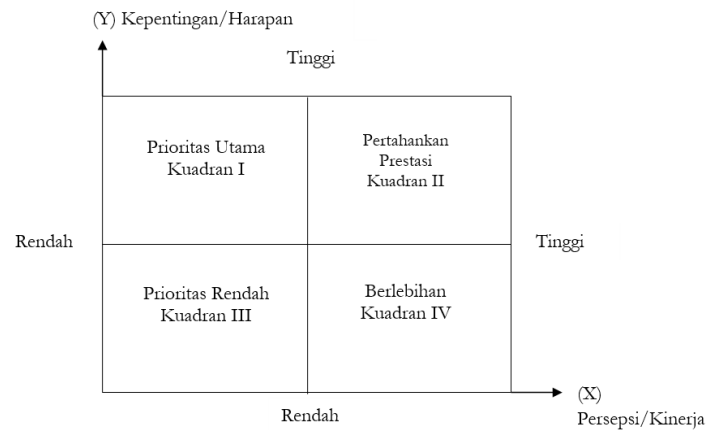
Nugraha et al (2014) menyatakan bahwa kata jasa secara umum adalah memberi suatu pelayanan pada orang lain yang membutuhkan pelayanan. Jasa didefinisikan pada setiap kegiatan ataupun aktivitas dan bukan suatu benda, bisa ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain, yang pada dasarnya jasa bersifat tidak berwujud, dimana pelanggan akan terlibat secara aktif pada proses produksi namun tidak akan menghasilkan kepemilikan. Kotler & Keller (2009) menyebutkan bahwa jasa merupakan setiap tindakan ataupun manfaat yang akan ditawarkan salah

satu pihak ke pihak, tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Berdasar uraian di atas dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan suatu kegiatan maupun aktivitas yang bukan suatu benda dan tidak berwujud.

Pengertian lain dari kualitas adalah suatu produk maupun jasa yang telah melewati tahapan proses dengan memperhitungkan nilainya tanpa ada kekurangan dan menghasilkan produk maupun jasa sesuai harapan pelanggan menurut Ritonga & Amelia (2019). Kotler & Keller (2020) menyebutkan bahwa terdapat sepuluh hal penting untuk meningkatkan kualitas jasa diseluruh bidang industri jasa, yaitu sebagai berikut: 1) Mendengarkan. Bermaksud untuk memahami apa yang diinginkan pelanggan; 2) Keandalan. Merupakan dimensi kualitas jasa terpenting, sehingga harus menjadi prioritas pada kualitas jasa; 3) Layanan Dasar. Perusahaan melakukan apa yang seharusnya dilakukan seperti mendengarkan pelanggan dan menepati janji; 4) Desain Jasa. Mengembangkan pandangan jasa bersamaan dengan mengelola detailnya; 5) Pemulihan. Perusahaan berusaha mendorong pelanggan untuk mengemukakan keluhannya sehingga akan didapatkan penyelesaian untuk masalahnya; 6) Memberi Kejutan pada Pelanggan. Ditunjukkan melalui kecepatan yang tidak biasa dalam melayani dan bersikap dengan baik, sopan dan berkomitmen; 7) Berlaku Adil. Perusahaan harus selalu merepresentasikan keadilan dan kejujuran kepada pelanggan; 8) Kerja Tim. Menghantarkan jasa dengan perhatian dan perlakuan sebaik-baiknya melalui peningkatan motivasi dan kemampuan karyawannya; 9) Riset Karyawan. Bertujuan mengungkapkan apa masalah jasa yang terjadi dan apa yang semestinya dilakukan perusahaan untuk menyelesaikan masalah yang ada; dan 10) Kepemimpinan. Jasa yang berkualitas tidak lepas dari seorang pemimpin yang mampu menginspirasi seluruh anggota organisasi.

Importance performance analysis disebut juga analisa arti penting kinerja, merupakan metode yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui kesesuaian antara kepentingan/harapan dan persepsi/kinerja yang dirasakan oleh pelanggan. Menurut Kotler & Keller (2020) penggunaan metode ini berguna untuk merangking setiap elemen penyusun suatu jasa sehingga selanjutnya dapat diidentifikasi tindakan yang perlu dilakukan, baik untuk mempertahankan ataupun untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut gagasan Nugraha, et.al., (2018) pada penggunaan metode IPA dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian guna mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kinerja pihak penyedia jasa dan kemampuannya untuk mengerti kepentingan atau harapan pelanggan terhadap pelayanan yang sediakan. Sedangkan kelemahan dari metode *Importance Performance Analysis* (IPA) menurut Anggraini, et.al., (2021) yaitu kesulitannya dalam mengelompokkan jumlah per skala (skala 1–5) pada setiap atributnya yang perhitungannya harus dilakukan satu persatu.

Pada pengaplikasian metode *Importance Performance Analysis* (IPA) akan dilakukan pemetaan pada 4 (empat) kuadran untuk seluruh atribut yang ada, dimana atribut-atribut yang ada tersebut akan mempengaruhi kualitas suatu pelayanan yang hendak diukur. Pada kuadran IPA akan ditemukan sumbu X dan sumbu Y. Sumbu X akan mewakili kinerja (*performance*) perusahaan ataupun instansi sedangkan sumbu Y akan mewakili kepentingan/harapan (*importance*) pelanggan. Sehingga nantinya akan dihasilkan empat kuadran seperti pada Gambar 1 menurut Nugraha, et.al., (2018). Pada pemetaan kuadran IPA akan membagi seluruh atribut yang mempengaruhi kualitas pelayanan menjadi 4 (empat) bagian kuadran.



Gambar 1 Kuadran IPA

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur, menganalisis, dan menguji hubungan antar variabel secara statistik untuk memperoleh temuan yang objektif dan dapat digeneralisasi. Penelitian kuantitatif berfokus pada pengumpulan data numerik dan pengujian hipotesis melalui analisis statistik untuk memperoleh kesimpulan yang valid. Penelitian ini dilakukan melalui serangkaian tahapan yang dimulai dari penentuan sumber data hingga analisis hasil yang diperoleh, dengan tujuan untuk memecahkan masalah dan mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

Penelitian ini dimulai dengan identifikasi masalah sebagai langkah pertama. Pada tahap ini, peneliti akan mengidentifikasi permasalahan yang ingin diteliti dengan menggunakan teori atau konsep yang ada. Identifikasi masalah yang jelas dan spesifik sangat penting untuk menentukan fokus penelitian serta hipotesis yang akan diuji. Masalah yang diidentifikasi akan dirumuskan dalam bentuk pertanyaan penelitian yang dapat diuji secara kuantitatif.

Setelah masalah teridentifikasi, peneliti melanjutkan ke tahap pengumpulan dan pengolahan data. Pada penelitian kuantitatif, data biasanya dikumpulkan melalui teknik survei atau kuesioner yang dirancang untuk mengumpulkan data numerik. Data yang diperoleh kemudian diolah untuk mempersiapkannya untuk dianalisis, seperti dengan cara pengkodean atau transformasi data menjadi format yang dapat diproses secara statistik.

Tahap selanjutnya adalah uji data, di mana peneliti menguji kualitas dan validitas data yang telah dikumpulkan. Pada penelitian kuantitatif, uji data dapat melibatkan analisis reliabilitas dan validitas instrumen yang digunakan, seperti uji alpha Cronbach untuk mengukur konsistensi internal kuesioner atau survei. Peneliti juga dapat melakukan uji normalitas untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi yang diperlukan untuk analisis statistik lebih lanjut.

Setelah data diuji, peneliti akan melanjutkan ke tahap analisis dan interpretasi hasil. Pada tahap ini, data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis statistik, seperti analisis regresi, uji t, ANOVA, atau korelasi, tergantung pada jenis data dan hipotesis yang diajukan. Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel yang diteliti serta melihat apakah data mendukung hipotesis yang diajukan.

Akhirnya, peneliti akan menarik kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Kesimpulan ini akan memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian dan menjelaskan apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau ditolak. Selain itu, peneliti juga akan memberikan saran berdasarkan temuan penelitian yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan praktis atau sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

Metode kuantitatif ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh temuan yang objektif dan dapat digeneralisasi, serta menguji hubungan antar variabel dengan menggunakan data numerik

yang kuat. Pendekatan ini sangat cocok untuk penelitian yang bertujuan untuk mengukur atau menguji teori-teori tertentu dan menghasilkan hasil yang dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

PEMBAHASAN

Pengolahan Data

Pengujian data dilakukan untuk mengetahui kevaliditasan dari data yang digunakan dan kereliabilitas data untuk penelitian ini. Dalam penelitian ini pengujian data ini dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS 21.

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS 21, Pengujian ini membutuhkan responden sebanyak 40 responden. Dalam pengujian ini *Coefficient Correlation* kritis didapatkan dari tabel distribusi r dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, dengan r tabel = 0,2573. Uji signifikansi didapatkan dengan perbandingan r-hitung dengan nilai r-tabel. Jika $r\text{-hit} > r\text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut dikatakan valid. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	Nilai r-hitung		Nilai r tabel 5% = 0,260	Ket
	Bukti Fisik (<i>Tangibility</i>)	Ekspektasi	Performansi		
1	Kondisi ruangan modern dan nyaman	0,893	0,924	0,260	Valid
2	Penampilan dari pegawai PT. Tjagrindo Mas rapi	0,942	0,947	0,260	Valid
3	Produk yang tersedia di PT. Tjagrindo Mas lebih bagus daripada tempat lain	0,922	0,932	0,260	Valid
4	Diameter produk memiliki banyak ukuran/kelengkapan ukuran	0,909	0,921	0,260	Valid
No	Keandalan (<i>Reliability</i>)				
5	Pegawai PT. Tjagrindo Mas sigap dalam melayani konsumen	0,897	0,919	0,260	Valid
6	Pegawai PT. Tjagrindo Mas memberikan layanan sesuai kebutuhan konsumen	0,916	0,938	0,260	Valid
7	Produk yang tersedia dapat diandalkan kualitasnya	0,852	0,881	0,260	Valid
8	Produk yang ada di PT. Tjagrindo Mas sesuai dengan kebutuhan konsumen	0,918	0,922	0,260	Valid
9	Produk yang ditawarkan tidak ada kecacatan	0,793	0,812	0,260	Valid
No	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)				
10	Pelayanan saat pembayaran cepat	0,941	0,952	0,260	Valid

11	Pegawai menginformasikan produk dengan baik dan benar	0,921	0,928	0,260	Valid
12	Pegawai tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh <i>customer</i>	0,852	0,900	0,260	Valid
13	Pelayanan memuaskan saat melayani <i>customer</i> dalam kunjungan pabrik	0,888	0,878	0,260	Valid
No	Jaminan (<i>Assurance</i>)				
14	Merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di PT. Tjagrindo Mas	0,841	0,873	0,260	Valid
15	Semua produk yang dicari selalu tersedia di PT. Tjagrindo Mas	0,926	0,943	0,260	Valid
16	Selalu ada nota dan faktur pembelian kepada konsumen	0,910	0,926	0,260	Valid
17	Produk yang dimiliki sesuai dengan yang dijanjikan oleh PT. Tjagrindo Mas	0,942	0,889	0,260	Valid
18	Produk yang tersedia terjamin ketahanannya/sesuai SNI	0,912	0,919	0,260	Valid
No	Perhatian (<i>Empaty</i>)				
19	Pegawai PT. Tjagrindo Mas melayani dengan ramah dan senyuman	0,933	0,891	0,260	Valid
20	Pegawai PT. Tjagrindo Mas memberikan sapaan kepada <i>customer</i>	0,897	0,882	0,260	Valid
21	Pegawai PT. Tjagrindo Mas memberikan perhatian individual kepada para <i>customernya</i>	0,901	0,911	0,260	Valid

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan r-hitung lebih besar daripada r-tabel = 0,2573. Maka dari item pernyataan diatas yang dinyatakan valid dan bisa dipakai analisis selanjutnya.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Pengolahan data dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh mengenai tingkat kualitas pelayanan dan produk di PT. Tjagrindo Mas Gresik. Perhitungan nilai CSI dilakukan dengan tahapan berikut.

1. Menghitung *Mean Importance Score* (MIS)

MIS merupakan rata-rata pembobotan atribut setiap dimensi sehingga akan terlihat nilai kepentingan (yang didapat dari nilai ekspektasi) tertinggi. Seluruh hasil perhitungan nilai MIS dapat dilihat pada tabel 4.8.

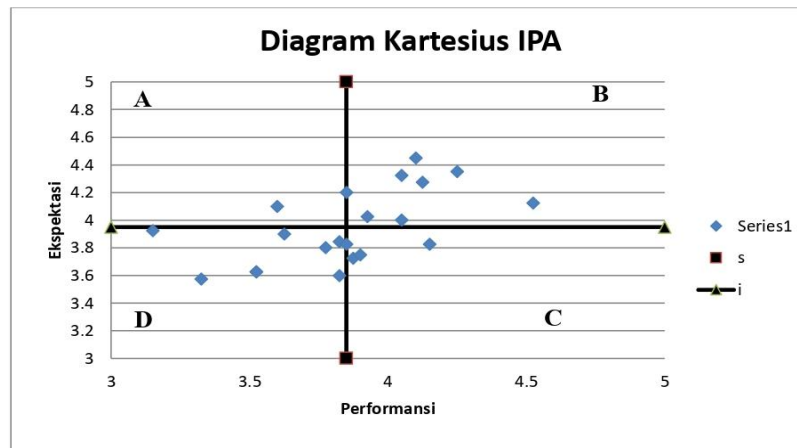
$$MIS = (3+4+4+3+.....+4)/40=3,625$$

2. Menghitung *Mean Satisfaction Score* (MSS)

MSS merupakan rata-rata pembobotan kepuasan untuk tingkat *performace* (performansi) pada seluruh atribut disetiap dimensi dan akan terlihat atribut mana yang memiliki nilai kinerja tertinggi. Seluruh hasil perhitungan nilai MSS dapat dilihat pada tabel 4.8.

$$MSS = (3+5+5+4+.....+5)/40=3,525$$

Hasil dari pemetaan seluruh atribut pada setiap kuadran ditampilkan pada diagram kartesius pada gambar 1 sebagai berikut.



Gambar 1. Diagram Kartesius IPA

Setelah dilakukan plotting data atribut untuk performansi dan ekspektasi selesai dibuat, maka dapat diketahui atribut mana yang berada dalam posisi bagus dan mana yang perlu ditingkatkan.

1. Kuadran A

Berisikan atribut yang dinilai sesuai dengan ekspektasi tinggi namun pada kenyataannya performansinya rendah. Tingkat kepuasan pada kuadran ini rendah karena performansi nya kurang dan perlu ditingkatkan. Berdasarkan diagram kartesius diatas atribut yang berada di plotting kuadran A yaitu atribut nomor 9 yang berbunyi Produk yang ditawarkan tidak ada kecacatan.

2. Kuadran B

Berisikan atribut yang dinilai sesuai dengan ekspektasi tinggi dan pada kenyataan mendapatkan performansi yang tinggi. Tingkat kepuasan pada kuadran ini tinggi karena performansinya tinggi pula. Atribut-atribut ini perlu sekali dipertahankan. Berikut merupakan tabel yang menyatakan atribut berada pada kuadran B dalam diagram kartesius.

Perhitungan Nilai Gap Servqual

Metode Servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu performansi suatu layanan yang diterima *customer* dan ekspektasi suatu layanan yang diterima *customer*. Servqual digunakan dalam pengambilan data yang diperoleh dari data kuesioner. Dan dimensi yang digunakan dalam Servqual terdapat bukti fisik, keandalan, daya tahan, jaminan dan perhatian.

Tabel 2. Nilai Gap

No	Pernyataan	Rata-rata		Gap = P – E
	Bukti Fisik (<i>Tangibility</i>)	Ekspektasi	Performansi	Gap Score
1	Kondisi ruangan modern dan nyaman	3,625	3,525	-0,1
2	Penampilan dari pegawai PT. Tjakrindo Mas rapi	4,45	4,1	-0,35
3	Produk yang tersedia di PT. Tjakrindo Mas lebih bagus daripada tempat lain	4,2	3,85	-0,35
4	Diameter produk memiliki banyak ukuran/kelengkapan ukuran	4,125	4,525	0,4
No	Keandalan (<i>Reliability</i>)			
5	Pegawai PT. Tjakrindo Mas sigap dalam melayani konsumen	4,325	4,05	-0,275
6	Pegawai PT. Tjakrindo Mas memberikan layanan sesuai kebutuhan konsumen	3,825	4,15	0,325
7	Produk yang tersedia dapat diandalkan kualitasnya	3,575	3,325	-0,25
8	Produk yang ada di PT. Tjakrindo Mas sesuai dengan kebutuhan konsumen	3,9	3,625	-0,275
9	Produk yang ditawarkan tidak ada kecacatan	4,1	3,6	-0,5
No	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
10	Pelayanan saat pembayaran cepat	4,025	3,925	-0,1
11	Pegawai menginformasikan produk dengan baik dan benar	3,6	3,825	0,225
12	Pegawai tanggap dalam menjelaskan produk yang tidak diketahui oleh <i>customer</i>	4,275	4,125	-0,15
13	Pelayanan memuaskan saat melayani <i>customer</i> dalam kunjungan pabrik	3,8	3,775	-0,025
No	Jaminan (<i>Assurance</i>)			
14	Merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi di PT. Tjakrindo Mas	4	4,05	0,05
15	Semua produk yang dicari selalu tersedia di PT. Tjakrindo Mas	4,35	4,25	-0,1
16	Selalu ada nota dan faktur pembelian kepada konsumen	3,725	3,875	0,15
17	Produk yang dimiliki sesuai dengan yang dijanjikan oleh PT. Tjakrindo Mas	3,625	3,525	-0,1
18	Produk yang tersedia terjamin ketahanannya/sesuai SNI	3,845	3,825	-0,02
No	Perhatian (<i>Empaty</i>)			
19	Pegawai PT. Tjakrindo Mas melayani dengan ramah dan senyuman	3,925	3,15	-0,775

20	Pegawai PT. Tjakrindo Mas memberikan sapaan kepada <i>customer</i>	3,75	3,9	0,15
21	Pegawai PT. Tjakrindo Mas memberikan perhatian individual kepada para <i>customernya</i>	3,825	3,85	0,025

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan hasil perhitungan nilai Gap yang ada diantara performansi dan ekspektasi. Di mana masih terdapat beberapa hasil yang menunjukkan nilai negatif yang artinya belum memenuhi kepuasan *customer* dari PT. Tjakrindo Mas Gresik. Servqual score ini berfungsi sebagai hasil bahwa kepuasan akan layanan yang diberikan masih belum memenuhi tanda puas dalam Servqual. Dan perlu dilakukan improvement ke depannya.

Analisa Customer Satisfaction Index (CSI)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada bab sebelumnya telah diperoleh nilai *customer satisfaction index* sebesar 77,22%. Kemudian untuk mengetahui tingkat kepuasan adalah dengan membandingkan nilai CSI yang diperoleh dengan kriteria nilai CSI yang terdapat pada tabel. 2.1 interpretasi nilai *customer satisfaction index* (CSI). Nilai ini digunakan untuk mengetahui di mana letak kepuasan pelanggan/*customer*.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan, pada nilai tersebut tingkat kepuasan *customer* dalam penelitian kali ini berada pada kategori PUAS. Hal tersebut dinyatakan dengan nilai hasil perhitungan CSI sebesar 77,22% berada pada diantara 66%-80,99% yang diinterpretasikan pada kategori PUAS. Artinya *customer* PT. Tjakrindo Mas Gresik dalam perhitungan CSI merasa puas terhadap keseluruhan layanan yang diberikan oleh PT. Tjakrindo Mas Gresik.

Analisa Importance Performance Analysis (IPA)

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pada bab sebelumnya diketahui rata-rata Tingkat Kesesuaian antara performansi dan ekspektasi adalah sebesar 97,53% dengan rentang nilai 87,80% hingga 109,70%. Artinya 97,53% performansi pelayanan PT. Tjakrindo Mas Gresik telah memenuhi ekspektasi *customer*.

Kemudian telah diperoleh hasil pemetaan seluruh atribut ke dalam 4 kuadran IPA didapatkan bahwa Kuadran I memiliki atribut yang harus di tingkatkan yaitu pada atribut nomor 9 dengan upaya terus melakukan pengecekan, keamanan dalam pengiriman, dan pemberitahuan terhadap ekspedisi untuk keamanan produk. Dalam Kuadran II memiliki atribut yang sudah memuaskan dan tingkat kepentingan yang dirasa cukup baik bagi *customer* dan perusahaan. Dalam Kuadran III memiliki atribut yang harus di tingkatkan yaitu pada atribut nomor 6, 16, 20, dan 21 dengan upaya melayani seluruh kebutuhan konsumen, selalu tepat waktu dalam pemberian nota dan faktur, dan memberikan sapaan berupa perhatian khusus secara individual terhadap *customernya*. Dalam Kuadran IV memiliki atribut yang harus di tingkatkan yaitu pada atribut nomor 1, 7, 8, 11, 13, 17, 18, dan 19 dengan upaya memberikan ruangan yang modern dan nyaman untuk *customer*, selalu mengutamakan kualitas produk, memenuhi kebutuhan *customer* tepat waktu, selalu menjelaskan tentang produk-produk yang kurang dipahami *customer*, selalu memuaskan *customer* saat kunjungan pabrik, mengamati produk yang akan dikirim dengan teliti, dan melayani dengan ramah tamah kepada *customer*.

Diketahui pada kuadran A terdapat 1 atribut yang dapat ditingkatkan performansinya, pada kuadran B terdapat 8 atribut dengan tingkat ekspektasi tinggi dan performansi tinggi yang dimana ke 8 atribut ini sangat perlu dipertahankan performanya, pada kuadran C terdapat 4 atribut yang performanya tinggi namun ekspektasinya rendah dan pada kuadran D terdapat 8 atribut dengan performansi dan ekspektasi rendah namun tetap perlu ditingkatkan dan diperbaiki.

Analisa Servqual

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan di bab sebelumnya di Bab IV mengenai performansi suatu layanan yang diterima *customer* dan ekspektasi suatu layanan yang diterima *customer*. Dengan menggunakan 5 dimensi dan 21 atribut pelayanan didapatkan bahwa nilai gap masih memiliki nilai negatif dan belum bisa dikatakan memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa menurut performansi yang didapatkan *customer* masih belum memenuhi ekspektasi tinggi *customer*. Sehingga berdasarkan analisa servqual kualitas pelayanan di PT. Tjagrindo Mas Gresik masih belum memuaskan.

Dari ke-21 atribut hanya 7 atribut yang memiliki nilai plus sedangkan ke-14 atribut lainnya memiliki nilai negatif. Nilai kesenjangan terbesar berada pada atribut nomor 19 dan nomor 9 yakni berisikan Pegawai PT. Tjagrindo Mas Gresik melayani dengan ramah dan senyuman serta produk yang ditawarkan tidak ada kecacatan. Kedua atribut ini dinilai sangat penting bagi *customer* hanya saja performansi yang didapatkan kurang memuaskan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya terhadap data-data yang telah dikumpulkan. Maka disimpulkan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. Berdasarkan hasil perhitungan untuk mengetahui atribut-atribut yang dianggap penting oleh *customer* di PT. Tjagrindo Mas Gresik diketahui bahwa hasil dari pemetaan IPA menandakan tidak semua atribut memiliki hasil yang penting. Terdapat 9 atribut yang dianggap penting oleh *customer*. Atribut-atribut itu adalah Produk yang ditawarkan tidak ada kecacatan, penampilan dari pegawai PT. Tjagrindo Mas rapi, produk yang tersedia lebih bagus daripada tempat lain, hingga semua produk yang dicari selalu tersedia di PT. Tjagrindo Mas Gresik yang dapat dilihat pada kuadran A dan B. Berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) tingkat kepuasan *customer* terhadap kualitas pelayanan PT. Tjagrindo Mas Gresik secara menyeluruh yang telah dilakukan diketahui kepuasan *customer* berada pada tingkat "PUAS" dengan nilai index 77,22%. Berdasarkan perhitungan IPA tingkat kesesuaian antara performansi dan ekspektasi menurut *customer* terhadap kualitas pelayanan PT. Tjagrindo Mas Gresik yang telah dilakukan diperoleh hasil 97,53% performansi pelayanan PT. Tjagrindo Mas telah memenuhi ekspektasi *customer*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L.D., Deoranto, P., & Ikasari, D.M. (2018). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*. *Jurnal Industri*, Vol. 4, No. 2.
- Hasanah, N. (2020). Analisis Kualitas Layanan dalam Mendukung Kepuasan Pelanggan Shopee (Studi Kasus: Pelanggan Shopee di Kota Bekasi). *Jurnal Manajemen Bisnis (JMB)*, Vol. 33, No. 2.
- Hidayati, S.N., & Prsetyo, A.P. (2019). Analisis Kkualitas Pelayanan e-KTP Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index*, Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Aanalysis*. *Jurnal Maksipreneur*, No. 1.
- Husna, S., & Syukri, A. (2020). Penerapan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan Analisa GAP pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 13, No. 2.
- Nabila, E., Ariyanti, M., & Sumrahadi, D. (2018). Analisa Kualitas Pelayanan Online (E-SERVQUAL) Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* pada Bhinneka.com. *E-Proceeding of Management*, Vol. 5, No. 1.
- Noer, L.R., Ciptomulyono, U., & Sudarso, I. (2019). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan PT. POS INDONESIA Persero Kantor Wilayah Surabaya Selatan dengan Metode SERVQUAL, Metode Model KANO dan *Quality Function Deployment* (QFD). *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi*, Vol. XXI.

- Nugraha, R., Ambar, H., & Adianto, H. (2018). Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel “X” Berdasarkan Hasil *Matrix Importance-Performance Analysis* (Studi kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang). *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, Vol. 1, No. 3.
- Sampurno, H.R., & Sharif, O.O. (2020). Penerapan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) pada Kualitas Pelayanan GOJEK. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, Vol. 4, No. 6.
- Sitoresmi, D.K., & Sudarso, I. (2021). Pengukuran *Employee Satisfaction* untuk Meningkatkan *Servant Leadership* dengan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus: PT. ABC). *SENASTITAN 1*, Vol. 1, No. 1.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Edisi 4* (4th ed). ANDI.
- Wilujeng, F.R., & Rembulan, G.D. (2019). Perancangan Model Kualitas Pelayanan Puskesmas dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Deployment* (QFD). *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, Vol. 5, No. 2.
- Wirawan, N. K., & Indriani, S. (2020). Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan di Superindo Tlogomas Menggunakan Metode PGCV. *Jurnal Valtech*, Vol. 3, No. 2.