

Analisis Kualitas Layanan Konsumen Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) Studi Kasus Pada Djoeroe Coffee And Eatery Tahun 2023

1st Farizsa Rianka Fauziah
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

farizsarianka@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Fanni Husnul Hanifa
Fakultas Ilmu Terapan
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

fanni.husnul@tass.telkomuniversity.ac.id

Abstrak — Menjamurnya *cafe* yang dibuka menimbulkan para *owner* harus berkreasi untuk menghadirkan konsep yang berbeda dari *cafe* yang telah ada. Setiap *cafe* ataupun tempat makan harus memperhatikan servis pada perusahaannya agar bisa menarik konsumen dan memberikan pelayanan yang puas terhadap konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengukur *customer satisfaction* berdasarkan *dimensi servqual*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Metode yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, data yang diperlukan yaitu data primer dan sekunder. Sementara itu, teknik pengumpulan data dilaksanakan melalui wawancara, kuesioner, observasi dan studi pustaka.

Hasil perhitungan rata-rata analisis deskriptif pada kenyataan yaitu sebesar 86,97% artinya sangat baik. Sedangkan hasil rata-rata analisis deskriptif harapan yaitu sebesar 89,58% yang artinya sangat baik. Kemudian hasil skor *Customer Satisfaction Index* sebesar 87,59% menunjukkan bahwa berada di posisi antara 81,25% - 100% yang artinya sangat penting. Berdasarkan hasil analisis dari *Matrix Importance Performance Analysis* (IPA) Kuadran III Prioritas utama (*Concentrate Management Here*) dan peringkat penting dan kinerja tidak memenuhi layanan standar menunjukkan bahwa dalam atribut *waiters* cepat tanggap dalam merespon segala kebutuhan pelanggan tidak memenuhi standar dan *waiters* dapat memberikan perhatian secara personal kepada para pelanggannya juga tidak memenuhi standar.

Kata kunci — Kualitas Layanan, *Importance Performance Analysis* (IPA)

I. PENDAHULUAN

Maraknya *cafe* yang hadir mengakibatkan para *owner* harus berpikir lebih kreatif untuk membuat konsep yang lebih unik dari *cafe* yang sudah ada. Hal ini tentunya bertujuan agar dapat menarik atensi pengunjung. Hal tersebut ditengarai

karena masyarakat lebih menyukai sesuatu yang baru dibandingkan yang sudah ada.

Jatinangor sebagai salah satu kawasan pendidikan tinggi, menjadi sasaran model bisnis berbentuk *café* ini. Salah satu *cafe* yang berkembang pesat di Jatinangor adalah Djoeroe Coffee and Eatery yang berlokasi di Jalan Caringin Regency No.6B, Sayang, Kecamatan Jatinangor, Kabupaten Sumedang, didirikan sejak tahun 2020.

Djoeroe Coffee and Eatery memiliki banyak pesaing lainnya, seperti: Backspace Cafe, Janji Jhony, Plumeria Cafe and Creative Space, District Aminda Cafe, Warunk Upnormal dan Ngopi Doeloe. Pesatnya perkembangan *cafe* yang menjual berbagai jenis makanan dan jenis kopi atau non kopi sebagai pelepas dahaga, tidak terlepas kemampuannya agar bisa melakukan usaha yang maksimal untuk kepuasan pelanggannya, dengan cara melakukan pengembangan kualitas produk maupun kualitas dari pelayanannya.

Djoeroe Coffee and Eatery agar bisa mengetahui tingkat kepuasan tersebut maka dibutuhkan feedback dari konsumen *café* itu. Umpan balik itu bisa berupa kinerjanya, dari feedback ini seorang *owner* atau *manager* bisa membuat perubahan-perubahan yang arahnya lebih baik. Maka dari itu, diharapkan kepuasan pelanggan akan terus meningkat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner* Djoeroe Coffee and Eatery diperoleh informasi mengenai permasalahan-permasalahan yang ada di Djoeroe coffee and Eatery, salah satunya adalah mengenai pelayanan yaitu menunggu estimasi makanan terlalu lama, pelayanan tidak ramah, makanan yang disajikan berbeda dengan foto yang ditampilkan, lama menunggu ketersediaan tempat dikarenakan *cafe* penuh.

Untuk melakukan pengukuran pada suatu tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa perlu dilaksanakan suatu analisis kualitas pelayanan yang nantinya bisa mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pada tingkat kepentingan (*importance*) dan kinerja (*performance*) produk. Dalam implementasinya kita bisa menentukan kualitas

pelayanan dalam beberapa yang dapat diuraikan ke dalam atribut-atribut penyusun dimensi terkait.

Dengan melakukan analisis tingkat kepentingan (importance) dan kinerja (performance), kita bisa mengetahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diharapkan oleh konsumen terhadap layanan yang mereka dapatkan. Dengan metode Importance Performance Analysis bisa kita ketahui fasilitas atau atribut apa yang harus diperbaiki untuk bisa memenuhi kepuasan konsumen.

Maka dari itu penelitian ini penting sekali untuk dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui tingkatan dari kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Djoeroe Coffee kepada customer, mengetahui atribut-atribut kualitas pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan pada Djoeroe Coffee and Eatery dan mengetahui apa saja aspek yang harus ditingkatkan lagi pada Djoeroe Coffee and Eatery.

II. KAJIAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2019) dalam [1] kualitas pelayanan diartikan sebagai bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang didapatkan dengan tingkat pelayanan yang diinginkan. Apabila pelayanan yang didapatkan atau sesuai dengan yang diharapkan, dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dipersepsikan baik juga memuaskan. Kepuasan yang sudah terbentuk dapat memberikan dorongan kepada konsumen untuk melakukan pembelian yang sifatnya berulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia.

Terdapat 5 dimensi untuk yang menjadi indikator ukuran kualitas pelayanan (Tjipto dan Candra, 2011:232) dalam [2]. Pertama yaitu *Tangibles*, ialah bukti nyata yang didapatkan dari kepedulian serta perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi *Tangibles* ini akan mengakibatkan *image* penyedia jasa terutama untuk konsumen baru ketika melakukan evaluasi kualitas pelayanan.

Kedua yaitu, *Realibility* (keandalan). *Reability* merupakan kemampuan untuk melakukan pemberian pelayanan yang sifatnya akurat sesuai dengan apa yang dijanjikan dan merupakan kemampuan *company* untuk melaksanakan jasa sesuai dengan janji yang sudah disepakati secara tepat waktu. Pentingnya dimensi keandalan ini yaitu karena kepuasan konsumen akan terjadi penurunan jika jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Ketiga yaitu, *Responsiveness* (Daya tanggap). *Responsiveness* diartikan sebagai kesiapan membantu pelanggan dan melakukan pelayanan sesuai dan merupakan kemampuan perusahaan yang dilaksanakan langsung oleh karyawan agar bisa melayani dengan cepat dan tanggap.

Keempat yaitu *Assurance* (Jaminan). *Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan terhadap pelanggan dalam melakukan konsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini penting sekali dikarenakan melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang cukup tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membentuk kepercayaan dan kualitas konsumen dengan cara karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen.

Kelima yaitu, *Emphaty* (kepedulian). *Emphaty* adalah kemampuan perusahaan yang dilaksanakan langsung oleh

karyawan untuk melayani dengan penuh perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kedalam sifat peka terhadap apa yang konsumen butuhkan.

B. Kepuasan (*satisfaction*)

Kepuasan atau *satisfaction* awal mula kata berasal bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Secara singkat kepuasan dapat didefinisikan sebagai cara untuk memenuhi sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun, jika dilihat dari sudut pandang perilaku konsumen, istilah kepuasan konsumen bisa menjadi sesuatu yang sifatnya kompleks.

Kotler dan Keller dalam [3] mengemukakan kepuasan pelanggan adalah hal yang dirasa senang atau kecewa yang hadir setelah melakukan perbandingan antara kinerja (hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja yang diinginkan dibawah harapan, konsumen tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

C. Importance-Performance Analysis

Importance-Performance Analysis adalah sebuah metode yang dipakai untuk mengetahui kepuasan dari pelanggan dengan melakukan pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya.

Menurut Martin, Mendoza dan Roman, 2019 dalam [4] *Importance Performance Analysis* (IPA) telah menjadi standar yang memberikan wawasan kepada manajemen untuk menentukan kekuatan dan kelemahan. *Importance Performance Matrix* bermanfaat sekali jika digunakan sebagai acuan dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang sifatnya terbatas pada bidang-bidang spesifik, yang mana proses perbaikan kerjanya bisa memiliki akibat yang besar. Selain itu, matriks ini juga menampilkan bidang atau atribut tertentu yang perlu dipertahankan dan aspek-aspek yang perlu dikurangi prioritasnya.

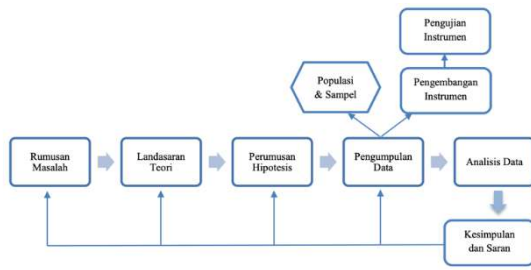
Tingkat kepentingan didefinisikan sebagai ukuran seberapa pentingnya atribut pelayanan perusahaan bagi pelanggan, sementara tingkat pelaksanaan adalah kinerja yang dilakukan perusahaan. Hasil dari IPA tersebut dibuat ke dalam diagram kartesius agar bisa mengetahui prioritas dari atribut pelayanan perusahaan. Sehingga, akan muncul atribut-atribut mana saja dalam proses pelayanan perusahaan yang perlu untuk diperbaiki, maupun dipertahankan performanya.

D. Customer Satisfaction Index (CSI)

Menurut Anggraini et al (2015:75) [5] selain metode IPA, metode lain yang bisa mendukung terhadap perbaikan atribut adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Manfaat efisien dari metode analisis ini tidak hanya mengolektifkan informasi saja tetapi memberikan gambaran bagian-bagian yang perlu diperbaiki, penggunaan cukup mudah, dan memiliki skala yang cukup tinggi dalam sensitivitas dan reliabilitas.

III. METODE

Jenis penelitian yang dipilih pada penelitian ini yaitu jenis kuantitatif dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Sementara langkah-langkah penelitian yang dilakukan digambarkan dalam bagan dibawah ini



GAMBAR 1 (A)

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari hingga Mei 2023. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dengan cara peneliti melakukan wawancara dengan beberapa narasumber untuk mendapatkan informasi yang akurat dan kuisioner. Sementara data sekunder didapatkan dengan cara peneliti menggunakan beberapa data perusahaan yang didapatkan langsung dari Owner Djoeroe Coffee and Eatery. Selain itu penulis juga menggunakan buku-buku yang berkaitan dengan service quality, customer satisfaction, metode penelitian, dan mendapatkan data lain dari jurnal nasional maupun internasional serta beberapa artikel dan jurnal dari berbagai sumber yang ada di internet.

Pengujian data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji Validitas dan Reabilitas. Sementara untuk teknik analisis data dilakukan dengan teknik *Importance-Performance Analysis (IPA)*, *Customer Satisfaction Index (CSI)*, dan Analisis Data Deskriptif.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan analisis pada tahap selanjutnya peneliti perlu mendefinisikan karakteristik responden dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dengan karakteristik rata-rata pengunjung atau pelanggan Djoeroe Coffee and Eatery adalah berusia 21 – 25 tahun, lebih banyak jenis kelamin laki laki yang merupakan pelanggan Djoeroe Coffee and Eatery dibandingkan perempuan, latar belakang pendidikan rata-rata berlatar belakang pendidikan terakhir SMA/SMK, rata-rata pekerjaan yaitu mahasiswa, dengan rata-rata penghasilan 1-5 juta, dan rata-rata satu kali kunjungan.

Setelah menentukan karakteristik responden dilakukan uji validitas butir pertanyaan terhadap kuisioner yang akan diberikan kepada responden.

TABEL 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (*Importance*) (A)

Item	Dimensi	Rhitung	Rtabel	Keputusan
P1	TANGIBLE	0.648	0.196	Valid
P2		0.670	0.196	Valid
P3		0.716	0.196	Valid
P4		0.776	0.196	Valid
P5	REABILITY	0.827	0.196	Valid
P6		0.753	0.196	Valid
P7	RESPONSIVENE SS	0.738	0.196	Valid
P8		0.766	0.196	Valid
P9		0.622	0.196	Valid
P10	ASSURANCE	0.801	0.196	Valid
P11		0.682	0.196	Valid
P12	EMPATHY	0.708	0.196	Valid
P13		0.834	0.196	Valid

P14		0.773	0.196	Valid
-----	--	-------	-------	-------

TABEL 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (*Performance*) (B)

Item	Dimensi	Rhitung	Rtabel	Keputusan
P1	TANGIBLE	0.627	0.196	Valid
P2		0.744	0.196	Valid
P3		0.746	0.196	Valid
P4		0.610	0.196	Valid
P5	REABILITY	0.694	0.196	Valid
P6		0.493	0.196	Valid
P7	RESPONSIVENE SS	0.731	0.196	Valid
P8		0.833	0.196	Valid
P9	ASSURANCE	0.437	0.196	Valid
P10		0.777	0.196	Valid
P11		0.616	0.196	Valid
P12	EMPATHY	0.790	0.196	Valid
P13		0.708	0.196	Valid
P14		0.846	0.196	Valid

Dari hasil uji validitas koefisiensi korelasi butir pertanyaan, dapat kita temukan informasi sebagai berikut :

1. Pada variable Importance ada 14 butir item yang dipakai, dari 14 butir item tersebut didapatkan nilai rhitung > rtabel. Berdasarkan hal tersebut bisa disimpulkan bahwa setiap butir item pertanyaan pada variable Importance adalah valid.
2. Pada variable Performance terdapat 14 butir item yang digunakan, dari 14 butir item tersebut didapatkan nilai rhitung > rtabel. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir item pertanyaan pada variable Kenyataan adalah valid. Sementara untuk uji realibilitas dilakukan sebagai berikut.

TABEL 3 Hasil Uji Reliabilitas (C)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Importance	0.936	14
Performance	0.914	14

Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.936	14	.914	14

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.3 diatas, didapatkan informasi sebagai berikut. Pada variabel Importance terdapat 14 butir item yang digunakan, dan diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.961, nilai tersebut > 0,6. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel Importance reliabel. Pada variabel Performance terdapat 14 butir item yang digunakan, dan diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.926, nilai tersebut > 0,6. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel Performance reliabel

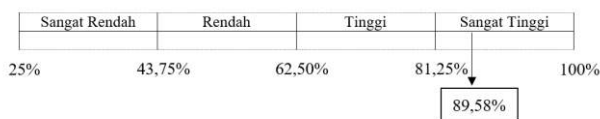
Tahap selanjutnya yaitu dilakukan analisis deskriptif terhadap kualitas pelayanan dengan dimensi *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Analisis deskriptif ini dilakukan dalam dua tabel distribusi, yaitu tabel distribusi harapan dan kenyataan. Berikut adalah akumulasi dari hasil distribusi tabel harapan.

TABEL 4 Hasil Rata-Rata Data *Importance* (Harapan) (D)

No.	Dimensi	Hasil Presentase	Hasil Kategori Penelitian
1.	Tangible	90,62%	Sangat Tinggi
2.	Reability	89,62%	Sangat Tinggi
3.	Responsiveness	89,87%	Sangat Tinggi
4.	Assurance	91,50%	Sangat Tinggi
5.	Empathy	89,58%	Sangat Tinggi
Rata-Rata		89,58%	Sangat Tinggi

Berdasarkan hasil data yang telah diolah mengenai Importance pada tinjauan Customer Satisfaction berdasarkan dimensi Service Quality diperoleh hasil perhitungan sebesar 89,58% Nilai ini menunjukkan bahwa berada diposisi garis antara 81,25 – 100% yang artinya Importance sangat tinggi.

Dengan menggunakan pernyataan yang ada dalam tabel operasionalisasi variabel yang telah dibuat sebelumnya seperti pada gambar dibawah ini:



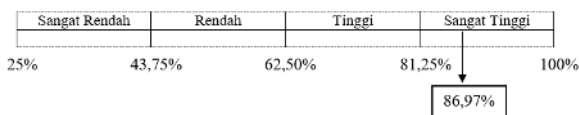
GAMBAR 2
Garis Kontinum Rata-Rata Nilai Importance (B)

Sementara untuk hasil akumulasi distribusi tabel kenyataan adalah sebagai berikut.

TABEL 5
Hasil Rata-Rata Data Performance (Kenyataan) (E)

No.	Dimensi	Hasil Presentase	Hasil Kategori Penelitian
1.	Tangible	89,81%	Sangat Tinggi
2.	Reability	83,37%	Sangat Tinggi
3.	Responsiveness	85,25%	Sangat Tinggi
4.	Assurance	92,33%	Sangat Tinggi
5.	Empathy	84,08%	Sangat Tinggi
Rata-Rata		86,97%	Sangat Tinggi

Berdasarkan hasil data yang telah diolah mengenai Performance pada tinjauan Customer Satisfaction berdasarkan dimensi Service Quality diperoleh hasil perhitungan dengan menggunakan pernyataan yang ada dalam tabel operasionalisasi variabel yang telah dibuat sebelumnya seperti tabel diatas.



GAMBAR 3
Garis Kontinum Rata-Rata Nilai Performance (C)

Dari lima dimensi Service Quality tersebut dapat disimpulkan bahwasannya rata-rata nilai dari data pengukuran mengenai Performance pada tinjauan Customer Satisfaction berdasarkan dimensi Service Quality sebesar 86,97% Nilai ini menunjukkan bahwa berada diposisi garis antara 81,25 – 100% yang artinya Performance sangat tinggi.

Tahap selanjutnya yaitu mentabulasikan skor rata-rata dari tingkat kepuasan antara importance dan performance. Berikut tabel hasil tabulasinya.

TABEL 6
Skor Rata-Rata Customer Satisfaction Index (F)

INDIKATOR IMPORTANCE	MIS	MSS	GAP
P1	3.67	3.68	0,01
P2	3.63	3.53	-0,10
P3	3.58	3.51	-0,7
P4	3.62	3.65	0,3
P5	3.54	3.53	-0,1
P6	3.63	3.14	-0,49
P7	3.64	3.49	-0,15
P8	3.55	3.33	-0,22
P9	3.75	3.86	0,11
P10	3.58	3.58	0
P11	3.65	3.64	-0,1
P12	3.63	3.18	-0,45
P13	3.56	3.54	-0,2
P14	3.56	3.37	-0,19
Jumlah	50.59	49.03	

Berdasarkan tabel diatas penulis mentabulasikan skor rata-rata dari tingkat kepuasan antara importance dan performance. Sehingga diperoleh skor total rata-rata importance adalah sebesar 50,59 dan skor total rata-rata performance adalah sebesar 49,03. Selanjutnya penulis mencari WF (Weight Factor) yang dimana ini diperoleh dengan rumus:

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} = 1$$

TABEL 7
Hasil Skor Customer Satisfaction Index (G)

Pernyataan	WF	WS
1	7.25	26.70
2	7.18	25.33
3	7.08	24.84
4	7.16	26.12
5	7.00	24.70
6	7.18	22.53
7	7.20	25.11
8	7.02	23.37
9	7.41	28.61
10	7.08	25.33
11	7.21	26.26
12	7.18	22.82
13	7.04	24.91
14	7.04	23.71
	WT	350.34
CSI		87,59

Hasil dari perhitungan Customer Satisfaction Index selanjutnya peneliti petakan kedalam kategori karakteristik Interpretasi Customer Satisfaction Index yang sudah ada. Dengan hasil skor Customer Satisfaction Index sebesar 87,59% menunjukkan bahwasannya berada di posisi antara 81,25 – 100% yang artinya Sangat puas. Ini menunjukkan bahwa pelanggan Djoeroe Coffee and Eatery sangat puas dengan Service Quality yang diberikan oleh Djoeroe Coffee and Eatery.

Selanjutnya untuk mengukur tingkat kepentingan dan kinerja, yang kemudian perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan dari konsumen atas pelayanan - pelayanan yang

telah diberikan oleh perusahaannya, serta perusahaan dapat mengetahui hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaannya agar dapat terus bertahan dan mampu bersaing dengan kompetitor peneliti menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Tabel dibawah ini merupakan hasil dari olahan data penelitian yang berupa skor data masing-masing dari setiap indikator kepuasan konsumen yang diberikan oleh pelanggan Djoeroe Coffee and Eatery. Dimana skor Performance menunjukkan rata-rata hasil dari pernyataan Performance atas kepuasan konsumen dan skor Importance menunjukkan hasil rata-rata dari setiap pernyataan Importance kepuasan konsumen.

TABEL 8
Rata-Rata *Importance Performance Analysis* (H)

No	Pernyataan	Performanc e	Importanc e	Kuadra n
TANGIBLE				
1.	Menurut saya fasilitas di Djoeroe Coffee and Eatery lengkap seperti (WI-FI, meja, mushola, wc, tempat parkir)	3.68	3.67	II
2.	Menurut saya Djoeroe Coffee and Eatery memiliki desain interior yang unik	3.53	3.63	II
3.	Saya merasa nyaman di Djoeroe Coffee and Eatery	3.51	3.58	I
4.	Menurut saya Djoeroe Coffee and Eatery sangat menjaga kebersihan	3.65	3.62	II
REABILITY				
5.	Menurut saya Djoeroe Coffee and Eatery memberikan informasi layanan yang akurat kepada pelanggannya	3.53	3.54	I
6.	Menurut saya Djoeroe Coffee and Eatery melayani pelanggan tepat waktu serta pesanan sesuai	3.14	3.63	III
RESPONSIVENES				
7.	Menurut saya waiters Djoeroe Coffee and Eatery cepat tanggap dalam merespon segala kebutuhan pelanggan	3.49	3.64	III
8.	Menurut saya waiters Djoeroe Coffee and Eatery memiliki inisiatif untuk membantu pelanggan	3.33	3.55	IV
ASSURANCE				
9.	Saya yakin makanan yang disajikan Djoeroe Coffee and Eatery higienis dan halal	3.86	3.75	II
10.	Menurut saya waiters Djoeroe	3.58	3.58	I

	Coffee and Eatery selalu bersikap dan berbicara sopan saat melayani dan menerima pesanan			
11.	Saya merasa aman saat parkir di Djoeroe Coffee and Eatery	3.64	3.65	II
EMPATHY				
12.	Menurut saya waiters Djoeroe Coffee and Eatery dapat memberikan perhatian secara personal kepada para pelanggannya	3.18	3.63	III
13.	Menurut saya waiters Djoeroe Coffee and Eatery memberikan perhatian penuh dan fokus saat mendengarkan pesanan	3.54	3.56	I
14.	Menurut saya waiters Djoeroe Coffee and Eatery peka dalam memberikan bantuan terhadap kesulitan pelanggan	3.37	3.56	IV

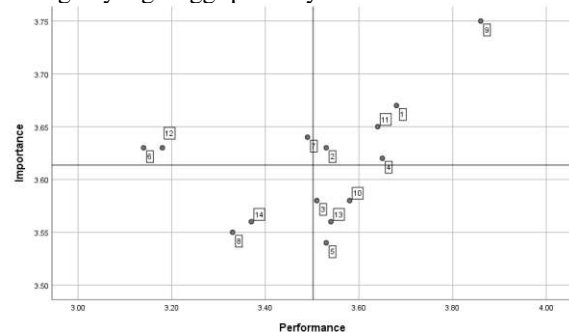
Untuk mengetahui skala prioritas dari setiap poin pernyataan yang ada pada tabel diatas, maka dilakukan *Importance Performance Analysis* dengan bantuan aplikasi IBM SPSS 26 yang menghasilkan diagram kartesius dengan membagi setiap atribut kualitas layanan kedalam satu dari empat kuadran dengan ketentuan sebagai berikut:

Kuadran I, skor kinerja memenuhi atau melampaui standar kualitas layanan, tetapi tingkat kepentingan yang rendah ditetapkan untuk layanan. kurang di anggap penting oleh pelanggan.

Kuadran II, peringkat penting dan kinerja memenuhi atau melampaui kualitas layanan, standar dengan keinginan pelanggan sehingga perlu dijaga untuk memastikan kepuasan pelanggan.

Kuadran III, peringkat penting dan kinerja tidak memenuhi layanan standar kualitas. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini mewakili area utama yang perlu ditingkatkan dengan prioritas tertinggi

Kuadran IV, skor kinerja tidak memenuhi standar kualitas layanan, tetapi responden tidak menempatkan tingkat kepentingan yang tinggi pada layanan.



GAMBAR 4

Matrix *Importance Performance Analysis* (D)

Berdasarkan hasil diagram kartesius diatas dapat terlihat letak unsur-unsur atribut mana saja yang termasuk ke dalam Kuadran I, II, III, dan IV hasil tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran I berlebihan (*Possible Overkill*)

Adalah kuadran yang mungkin berlebihan, wilayah kuadran ini terletak di sebelah kanan bawah yang memuat faktor-faktor kinerja dimana kuadran ini menunjukkan variable memenuhi atau melampaui standar kualitas layanan, tetapi tingkat kepentingan yang rendah ditetapkan untuk layanan sehingga kurang di anggap penting oleh pelanggan. Berikut peneliti paparkan nomor atribut dan pernyataan yang ada di dalam kuadran I yaitu:

- Tangible* : Atribut Nomer 3 “Saya merasa nyaman di Djoeroe Coffee and Eatery”
 - Reability* : Atribut Nomer 5 “Menurut saya Djoeroe Coffee and Eatery memberikan informasi layanan yang akurat kepada pelanggannya”
 - Assurance* : Atribut Nomer 10 “Menurut saya *waiters* Djoeroe Coffee and Eatery selalu bersikap dan berbicara sopan saat melayani dan menerima pesanan”
 - Empathy* : Atribut Nomer 13 “Menurut saya *waiters* Djoeroe Coffee and Eatery memberikan perhatian penuh dan fokus saat mendengarkan pesanan”
- #### 2. Kuadran II Pertahankan Kinerja (*Keep Up the Good Work*)

Adalah peringkat penting dan kinerja memenuhi atau melampaui kualitas layanan, standar dengan keinginan pelanggan sehingga perlu dijaga untuk memastikan kepuasan pelanggan. Wilayah kuadran ini letaknya berada pada kanan atas yang berisi indikator yang dipandang penting konsumen. Atribut- atribut yang menjadi bagian kuadran II seharusnya tetap dipertahankan dikarenakan faktor itulah yang menjadikan produk jasa unggul pada sudut pandang konsumen. Berikut peneliti paparkan poin-poin yang terdapat pada kuadran II sebagai berikut:

- Tangible* : Atribut Nomer 1 “Menurut saya fasilitas di Djoeroe Coffee and Eatery lengkap seperti (WI-FI, meja, mushola, wc, tempat parkir)”
 - Tangible* : Atribut Nomer 2 “Menurut saya Djoeroe Coffee and Eatery memiliki desain interior yang unik”
 - Assurance* : Atribut Nomer 9 “Saya yakin makanan yang disajikan Djoeroe Coffee and Eatery higienis dan halal”
 - Assurance* : Atribut Nomer 11 “Saya merasa aman saat parkir di Djoeroe Coffee and Eatery”
- #### 3. Kuadran III Prioritas utama (*Concentrate Management Here*)

Peringkat penting dan kinerja tidak memenuhi layanan standar kualitas. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini mewakili area utama yang perlu ditingkatkan dengan prioritas tertinggi. Wilayah kuadran ini terletak di sebelah kiri atas yang memuat faktor-faktor dianggap penting oleh konsumen namun pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang diharapkan konsumen. Sehingga atribut-atribut yang terdapat di dalam kuadran ini masih harus ditingkatkan sehingga performance atribut yang ada akan

meningkat. Berikut peneliti paparkan poin-poin yang termasuk kedalam kuadran ini:

- Reability*: Atribut Nomer 6 “Menurut saya Djoeroe Coffee and Eatery melayani pelanggan tepat waktu serta pesanan sesuai”
 - Responsiveness* : Atribut Nomer 7 “Menurut saya *waiters* Djoeroe Coffee and Eatery cepat tanggap dalam merespon segala kebutuhan pelanggan”
 - Empathy* : Atribut Nomer 12 “Menurut saya *waiters* Djoeroe Coffee and Eatery dapat memberikan perhatian secara personal kepada para pelanggannya”
- #### 4. Kuadran IV Prioritas rendah (*Low Priority*)

Skor kinerja tidak memenuhi standar kualitas layanan, tetapi responden tidak menempatkan tingkat kepentingan yang tinggi pada layanan, Wilayah kuadran ini posisinya berada di kiri bawah yang pada keadaanya nyatanya, kinerja kuadran tidak cukup istimewa. Proses meningkatnya atribut-atribut yang menjadi bagian dari kuadran ini bisa diperhitungkan ulang dikarenakan akibatnya terhadap manfaat yang dapat konsumen rasakan sangat kecil. Berikut peneliti paparkan poin-poin yang termasuk kedalam kuadran ini:

- Responsiveness* : Atribut Nomer 8 “Menurut saya *waiters* Djoeroe Coffee and Eatery memiliki inisiatif untuk membantu pelanggan”
- Empathy* : Atribut Nomer 14 “Menurut saya *waiters* Djoeroe Coffee and Eatery peka dalam memberikan bantuan terhadap kesulitan pelanggan”

V. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu hasil analisis deskriptif rata-rata nilai dari data pengukuran mengenai *Performance* pada tinjauan *Customer Satisfaction* berdasarkan dimensi *SERVQUAL* pada Djoeroe Coffee and Eatery sebesar 86.97% Nilai ini menunjukkan bahwa berada di posisi garis antara 81,25% - 100% yang artinya sangat baik. Sedangkan hasil analisis deskriptif rata-rata nilai dari data pengukuran mengenai *Importance* pada tinjauan *Customer Satisfaction* berdasarkan dimensi *SERVQUAL* pada Djoeroe Coffee and Eatery sebesar 89,58% Nilai ini menunjukkan bahwa berada di posisi garis antara 81,25% - 100% yang artinya sangat penting.

Sementara hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) didapati skor sebesar 87,59% yang berada di posisi antara 81.25 - 100% dimana artinya tingkat kepuasan pelanggan atas layanan yang diberikan sangat puas. Namun harus terus ditingkatkan lagi semaksimal mungkin sehingga dapat sesuai dan memenuhi harapan pelanggan Djoeroe Coffee and Eatery.

Berdasarkan hasil analisis dari *Matrix Importance Performance Analysis* (IPA), aspek yang harus ditingkatkan lagi oleh Djoeroe Coffee and Eatery adalah kualitas layanan dalam melayani pelanggan tepat waktu dan ketepatan *waiters* dalam melayani pelanggan.

REFERENSI

- [1] M. I. H. Ahmad Zikri, "Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera," *J. Ilmu Komputer, Ekon. dan Manaj.*, vol. 1, no. 1, pp. 129–138, 2022.
- [2] S. Tamrin, Mardiana, and A. S. Nurqamarani, "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. TEPIAN MULTIMEDIA DI SAMARINDA," *J. Ilm. Methonomi*, pp. 17–24, 2020, [Online]. Available: <https://all3dp.com/2/fused-deposition-modeling-fdm-3d-printing-simply-explained/>.
- [3] R. M. DJORGI, "ANALISIS CUSTOMER SATISFACTION DALAM PROSES REGISTRASI INDIHOME MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) (STUDI KASUS PADA TIM DIGITAL CHANNEL INDIHOME TELKOM REGIONAL 4 JATENG - DIY 2022)," Universitas Telkom, 2022.
- [4] R. Darwas, Syukhri, A. Wulandari, and A. Afthanorhan, "Level of student satisfaction with laboratory facilities using the importance performance analysis (IPA) method," *J. Adv. Res. Dyn. Control Syst.*, vol. 12, no. 3, pp. 195–201, 2020, doi: 10.5373/JARDCS/V12I3/20201182.
- [5] W. Utomo, Tasya Yesica, "Tinjauan Metode IPA Untuk Mengukur Customer Satisfaction Berdasarkan Dimensi Servqual (Studi Kasus Pada Pelanggan Gigglebox Café & Resto Bandung Tahun 2021)," 2021.