

ABSTRAK

PT Medion Ardhika Bhakti telah berkecimpung dalam memproduksi dan memasarkan produk farmasi, vitamin, vaksin, dan peralatan unggas selama lebih dari 40 tahun. Melalui pengalaman dan komitmen untuk memberikan produk berkualitas tinggi dan memenuhi kepuasan pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti telah dikenal sebagai salah satu perusahaan terkemuka di pasar lokal dan telah berkembang di seluruh Asia, Afrika, dan bahkan Eropa. Untuk melayani kebutuhan pelanggan secara umum, saat ini perusahaan memiliki 60 unit pemasaran yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satu alat yang untuk memantau kegiatan masing-masing unit bisnis tersebut adalah Index Kepuasan Pelanggan Personil (IKPP). Pengukuran ini dilakukan secara longitudinal, artinya dilakukan secara periodik oleh setiap pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti terhadap produk dan jasa yang diberikan perusahaan, tetapi penilaian tersebut belum mencakup keseluruhan dari pelayanan yang diberikan PT Medion Ardhika Bhakti

Tujuan penelitian dilakukan adalah untuk mengambil kebijakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan PT Medion Ardhika Bhakti dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden, yaitu pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif, tingkat kesenjangan (GAP), dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Hasil dari penelitian ini adalah konsumen PT Medion Ardhika Bhakti mempunyai harapan untuk mendapatkan kepuasan dalam kategori sangat sesuai harapan, yaitu sebesar 97,84% dan kinerja yang didapatkan konsumen berada dalam kategori sangat puas, yaitu sebesar 92,32%. Tingkat kepuasan konsumen diukur dalam GAP harapan dan kinerja dengan nilai rata-rata harapan 3,91 dan hasil rata-rata kinerja 3,69, maka dapat diberikan kesimpulan bahwa konsumen sudah merasa puas namun masih ada atribut yang perlu ditingkatkan. Kualitas layanan dengan prioritas utama adalah fasilitas visual seperti aplikasi *customer service* sebagai penunjang proses pemberian pelayanan dengan cepat dan kualitas pelayanan purna jual sehingga penelitian ini sangat membantu dalam membuat kebijakan di masa mendatang.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Importance Performance Analysis, Metode Kuantitatif