

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN DIMENSI SERVQUAL DENGAN MENGGUNAKAN METODE IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS) (STUDI KASUS PADA PT MEDION ARDHIKA BHAKTI 2020)

CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS BASED ON SERVQUAL DIMENSION USING IPA METHOD (IMPORTANCE OF PERFORMANCE ANALYSIS) (CASE STUDY AT PT MEDION ARDHIKA BHAKTI IN BANDUNG 2020)

Arafatur Rahmi¹ Astri Wulandari²

^{1,2}Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom

¹arafaturrahmi@student.telkomuniversity.ac.id²astriwulandari@tass.telkomuniversity.ac.id

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 56 unit pemasaran yang tersebar di seluruh Indonesia. Salah satu alat yang digunakan 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 kenyataan 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

Abstract

PT Medion Ardhika Bhakti has been engaged in producing and marketing pharmaceutical products, vitamins, vaccines, and poultry equipment for more than 40 years. Through experience and commitment to deliver high quality products and fulfill customer satisfaction, PT Medion Ardhika Bhakti has been known as one of the leading companies in the local market and has been developing across Asia, Africa, and even Europe. To serve the needs of the Umun, the company currently has 56 marketing units scattered throughout Indonesia. One of the tools to monitor the activities of each business unit is the customer satisfaction Index personnel (IKPP). This measurement is done in longitudinal, meaning it is done periodically by each customer of PT Medion Ardhika Bhakti to products and services provided by the company. But the assessment does not cover the entire service provided by PT Medion Ardhika Bhakti.

The purpose of research is to take the policy of improving the quality of services provided by PT Medion Ardhika Bhakti, and know the level of customer satisfaction of PT Medion Ardhika bhakti. Data obtained from the distribution of questionnaires to 100 respondents, namely customers of PT Medion Ardhika Bhakti. The data analysis used is quantitative deskriptive analysis, Gap level (GAP), and Importance Performance Analysis (IPA) method.

The result of this research is the consumer of PT Medion Ardhika Bhakti have the hope to get satisfaction in the category is very well-suited, namely 97.84% and the fact that the consumer obtained is in the category is very satisfied, namely by 92.32%. Consumer satisfaction rate is measured in the GAP expectations and performance with the average value of expectations 3.91 and the average result of 3.69 performance, then it can be concluded that the consumer has been satisfied but still there is an attribute that needs to be improved service quality with top priority is visual facilities such as Customer Service application as supporting the process of providing fast service

Keywords: customer satisfaction, Importance Performance Analysis, quantitative methods

1. Pendahuluan

Saat ini banyak perusahaan yang bermunculan dan bergerak dalam berbagai bidang. Oleh karena itu untuk menghadapi persaingan yang ketat, perusahaan memerlukan strategi bisnis dan persiapan yang cermat dan matang. Dunia usaha dihadapkan pada persaingan tajam di antara pelaku ekonomi, selain itu dunia usaha tidak dapat selalu bertahan dalam masa perubahan yang pesat dan penuh inovasi.

Perkembangan industri peternakan di Indonesia masih didominasi dari sektor industri perunggasan. Hal ini dapat ditinjau dari data Obat Hewan Indonesia (ASOHI, 2018), dimana 100% pasar lokal industri peternakan berdasarkan spesies 60,2% dikuasai oleh industri perunggasan. Perkembangan dalam industri perunggasan ini sejalan dengan meningkatnya bisnis obat hewan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan bertambahnya jumlah populasi perunggasan di Indonesia maka bertumbuh pula perusahaan yang bergerak dalam bisnis obat hewan baik lokal maupun non lokal. Obat hewan sangat diperlukan sebagai pendukung dalam perkembangan bisnis perunggasan, peranan obat hewan tersebut sangat diperlukan dalam manajemen kesehatan hewan baik sebagai pencegah, pengendalian, pemeliharaan, dan penyembuhan. Sedangkan tumbuhnya perusahaan obat hewan ini terkait dalam bisnis produksi, penyediaan dan pendistribusian obat hewan sangat diperlukan dalam manajemen kesehatan hewan. Berdasarkan penggolongannya perusahaan obat hewan terbagi-bagi menjadi golongan produsen, importir, distributor dan PMT (perusahaan makanan ternak yang mencampur obat hewan sendiri). Menurut sumber Sekertaris Jenderal Asosiasi Obat Hewan Indonesia Akhmad Harris Priyadi mengatakan industri obat hewan optimis dapat tumbuh hingga 10% pada 2018, lebih tinggi dari 2017 yang diperkirakan hanya tumbuh 8%. Optimisme ini karena didorong industri pakan ternak yang diproyeksi tumbuh sekitar 8% atau sekitar 20,1 juta ton pada 2018. Sementara, pemangkasan DOC sejak Oktober 2017 akan berakhir Desember 2017. ("2018, Industri Obat Hewan - Ekonomi Bisnis.com," n.d.)

PT Medion Farma Jaya 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 Farma Jaya telah dikenal sebagai salah satu perusahaan terkemuka di pasar lokal dan telah berkembang di seluruh Asia, Afrika, dan bahkan Eropa. Kami telah menerapkan GMP (*Good Manufacturing Practices*) dalam proses produksi PT Medion Farma Jaya memastikan kualitas dan keamanan produk. Dengan tekad untuk memberikan layanan terbaik, PT Medion Farma Jaya terus berinovasi dan mengikuti perkembangan teknologi terbaru ("Perusahaan - Medion," 2019)

Perhelatan Indo Livestock menjadi salah satu yang paling ditunggu-tunggu oleh para peternak. Ajang pameran bergengsi tersebut dihadiri oleh para peternak di seluruh dunia. Indo Livestock 2018 diadakan pada tanggal 4-6 Juli 2018 di Jakarta Convention Center. PT. Medion kembali berpartisipasi dengan menggelar stan megah di booth A53. Stan tersebut bernuansa hijau sesuai dengan tema yang diusung PT. Medion tahun ini, yaitu Mediherba, yang merupakan *umbrella brand* untuk produk-produk herbal berkualitas



Jonas Jahja menerima penghargaan Indonesian Livestock Exporter Award

Sumber : www.medion.com, 2020

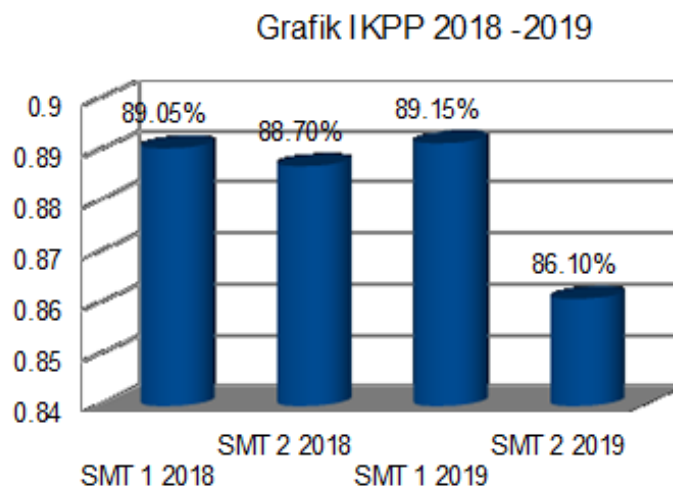
PT. Medion mendapatkan penghargaan sebagai The Second Best Stand Performance dari PT. Napindo sebagai pihak penyelenggara. Tak hanya itu, PT. Medion juga telah 20 tahun mengeksport produk-produknya ke negara-negara di Asia dan Afrika, bahkan Eropa. Oleh karena itu, pantaslah perusahaan asal Bandung tersebut mendapatkan penghargaan Indonesian Livestock Exporter Award 2018 kategori Obat Hewan Golongan Biologik, yang diserahkan langsung oleh Dirjen Peternakan dan Kesehatan Hewan.

Selain stan pameran, PT. Medion juga menyelenggarakan seminar-seminar yang selalu dipadati pengunjung. Topik-topik yang diangkat merupakan yang sedang hangat dibicarakan di kalangan peternak, antara lain mengenai Inovasi Herbal untuk Kesehatan Unggas. Pada kesempatan tersebut, Medion memperkenalkan beberapa produk Mediherba yang dapat menjadi solusi regulasi AGP, yaitu Fithera yang dapat mengatasi serangan penyakit bakterial dan Respiratoran untuk gangguan pernapasan. Produk-produk herbal tersebut telah teruji klinis efektivitasnya dan tidak meninggalkan residu pada daging unggas. Topik lain yang dibawakan adalah mengenai

Fowl Adenovirus, oleh Melina Jonas, Research & Development Head. Pada seminar tersebut dijelaskan dengan lengkap penyebab, gejala klinis, dan pengobatan untuk penyakit tersebut.

Keberhasilan PT. Medion pada ajang Indo Livestock kali ini tidak membuatnya puas diri. Perusahaan yang telah berpengalaman lebih dari 40 tahun tersebut berkomitmen untuk terus berinovasi dan memberikan edukasi terbaik untuk peternak, sehingga mendukung kemajuan industri peternakan.

Untuk melayani kebutuhan pelanggan secara umum, saat ini perusahaan memiliki 59 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 Farma Jaya terhadap produk dan jasa yang diberikan perusahaan. Tetapi penilaian tersebut belum mencakup keseluruhan dari pelayanan yang diberikan PT Medion Farma Jaya. Berdasarkan data internal perusahaan, diketahui PT Medion Farma Jaya Bandung mengalami penurunan indeks kualitas pelayanan pada periodik terakhir jumlah seperti yang tertera pada grafik berikut :



Sumber : PT Medion Ardhika Bhakti 2020

Berdasarkan tabel 1.4. diatas menunjukkan bahwa terjadinya sebuah ketidakstabilan pada grafik IKPP di PT Medion Ardhika Bhakti . Jumlah kunjungan yang menurun drastis terjadi pada periodik semester 2 2019 sebesar 86.10% dari periodik sebelumnya yaitu 89.15% dari jumlah IKPP yang ada pada periodik sebelumnya. Adapun jumlah IKPP yang tertinggi itu berada pada peiodik semester 1 2019 yaitu 89.15%. pada tahun 2018 juga pernah mengalami penurunan dari semester 1 ke semester 2 tetapi penurunan tersebut tidak begitu drastis yaitu dari 89.05% menjadi 88.70%.

Jika dilihat dari tabel 1.2. yang terus mengalami fluktuasi (naik turunnya jumlah pengunjung), menjadi alasan bagi penulis untuk menganalisis kepuasan konsumen berdasarkan dimensi *servqual* dari PT Medion Ardhika Bhakti dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Alasan penulis memilih objek PT Medion karena penulis ingin mengetahui apakah PT Medion sebagai perusahaan obat hewan dan vaksinasi yang sudah terkenal di Indonesia maupun luar negeri sudah menerapkan standar *servqual* yang baik atau sebaliknya.

Index Kepuasan Pelayanan yang akan dilakukan berdasarkan 5 karakteristik kepuasan pelanggan, yaitu :

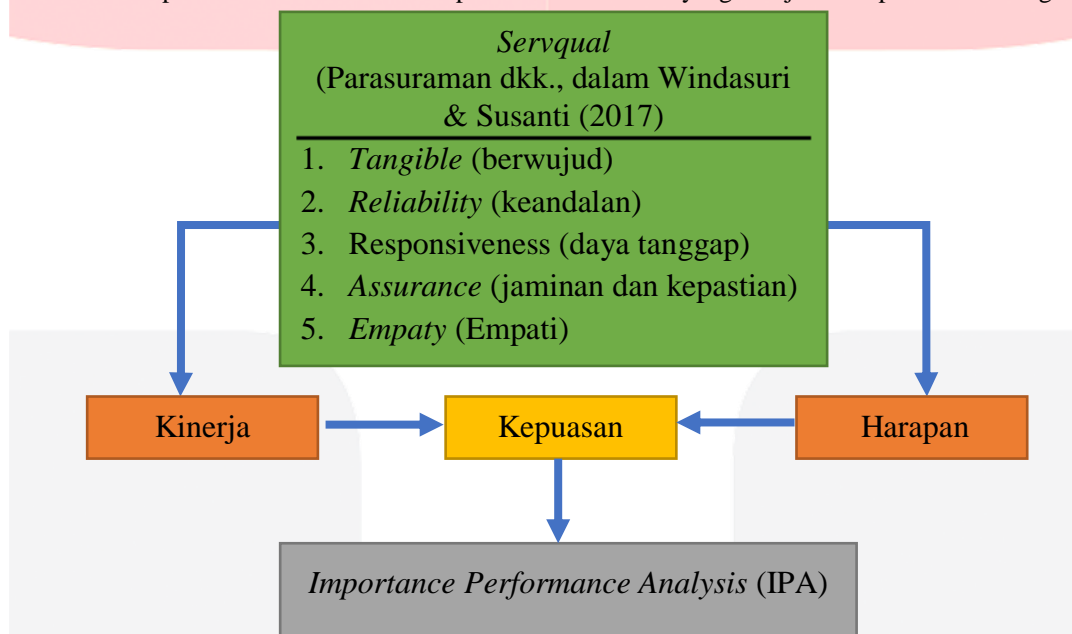
1. Kualitas layanan personil TSR (Tecnical Sales Representatif)
2. Kualitas layanan Supir Medion
3. Kualitas layanan teknisi peternakan.
4. Kualitas layanan Vaksinator.
5. Kualitas layanan Medilab.

Salah satu cara untuk mengukur kualitas pelayanan adalah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Kepuasan seseorang diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan penyedia jasa. Seringkali IPA digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya. Perusahaan membandingkan antara harapan konsumen dengan kinerja yang telah dilakukannya. Apabila tingkat harapannya lebih tinggi daripada kinerja perusahaan berarti konsumen tersebut belum mencapai kepuasan, begitu pula sebaliknya.

Untuk menganalisis lebih lanjut digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dimana dengan menggunakan metode ini perusahaan dapat melihat sejauh mana pencapaian perusahaan, serta mana saja yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan oleh perusahaan. *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk memahami lebih dalam mengenai persepsi konsumen terhadap *servqual*. Dimensi *importance* (harapan) menunjukkan seberapa penting dimensi *servqual* menurut para konsumen, sedangkan dimensi *performance* (kinerja) menunjukkan seberapa baik dimensi *servqual* tersebut dirasakan pengguna secara nyata.

Berdasarkan penjabaran latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang sejauh mana *servqual* yang diberikan oleh perusahaan PT Medion Ardhika Bhakti dalam mengukur kepuasan konsumen. Adapun judul yang akan digunakan adalah “Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi *Servqual* Dengan Menggunakan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) (Studi Kasus Pada PT Medion Ardhika Bhakti)”

Dalam penelitian ini digunakan sebuah dimensi *servqual* untuk mengukur sebuah kepuasan konsumen dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dalam mengukur tingkat kinerja dan harapan konsumen. Berdasarkan kajian teori yang penulis paparkan di atas maka kerangka pemikiran sangat dibutuhkan guna memudahkan pembaca untuk memahami permasalahan utama yang dikaji dalam penelitian sebagai berikut :



2. Metodologi

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif tentang Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi *Servqual* Dengan Menggunakan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) Instrumen skala pengukuran pada penelitian ini adalah skala likert Scale, menurut Sugiyono, (2018:93) skala Likert Scale digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, maka datanya akan berjenis skala ordinal. Dalam penelitian ini, skala *Likert Scale* yang digunakan menggunakan empat poin penilaian yang diharapkan mampu memberikan hasil akurat.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif tentang Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi *Servqual* Dengan Menggunakan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) (Studi Kasus Pada PT Medion Ardhika Bhakti). Untuk teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dikarenakan pengambilan sampel tidak secara acak dan seluruh unsur populasi yang terpilih menjadi sampel bisa disebabkan karena kebetulan atau karena faktor lain yang sebelumnya sudah direncanakan oleh peneliti. Tipe sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dikarenakan penelitian ini menggunakan data yang hanya menjadi pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti sesuai menurut Menurut Sugiyono, (2018:84). Adapun cara menentukan besaran sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya secara pasti dengan menggunakan rumus slovin (Menurut Sugiyono, (2017) Perhitungan sampel yang menggunakan metode slovin tersebut dengan jumlah populasi 3.898 yang menjadi pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti didapatkan hasil sebesar 97,50 dengan pembulatan, maka yang dapat mewakili suatu populasi guna memudahkan peneliti dalam menyebar kuesioner adalah sejumlah 97. Namun untuk mengantisipasi kuisisioner yang hilang atau tidak valid, maka penulis membuat kuisisioner sebanyak 100 kuisisioner Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2014: 284), mendefinisikan bahwa kesenjangan atau GAP (G) untuk dimensi *servqual* dalam menciptakan kepuasan konsumen adalah: $G = P$ (Kinerja) – I (Kepentingan) Kesenjangan yang bernilai negatif menunjukkan kepentingan konsumen tidak terpenuhi. Semakin besar kesenjangan, semakin lebar jurang pemisah antara kepentingan konsumen dan sesuatu yang mereka peroleh sebenarnya. Untuk menganalisis dimensi *servqual* dalam menciptakan kepuasan konsumen. Pada penelitian

ini, peneliti menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai teknik analisis data. Martila dan James (2015) dalam Lastika (2019) mendeskripsikan tentang prosedur dan pengukuran *Importance Performance Analysis* (IPA)

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mengumpulkan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti untuk mengukur tingkat harapan dan kinerja, perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen, serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga menjadi dasar kepuasan konsumen. Pengumpulan data dilakukan secara *offline* 100 kuesioner kepada 100 pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung sesuai dengan jumlah sampel yang sudah dihitung sebelumnya.

a. Hasil Uji Validitas Servqual Kinerja dan Harapan

Dimensi	No. Item	r_{hitung}		r_{tabel}	Keterangan
		Kinerja	Harapan		
Servqual	1	0,762	0,514	0,1946	Valid
	2	0,751	0,564	0,1946	Valid
	3	0,695	0,415	0,1946	Valid
	4	0,744	0,670	0,1946	Valid
	5	0,740	0,547	0,1946	Valid
	6	0,800	0,686	0,1946	Valid
	7	0,672	0,664	0,1946	Valid
	8	0,585	0,693	0,1946	Valid
	9	0,730	0,696	0,1946	Valid
	10	0,707	0,641	0,1946	Valid
	11	0,815	0,776	0,1946	Valid
	12	0,702	0,714	0,1946	Valid
	13	0,736	0,727	0,1946	Valid
	14	0,815	0,775	0,1946	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa uji validitas dimensi *servqual* kepada 100 orang responden sudah valid menggunakan uji dua arah dengan tingkat signifikansi 0,05 dan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka pernyataan tersebut valid dan penting untuk dicantumkan. Sehingga setiap pernyataan dari kuesioner yang disebar kepada responden yaitu pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung berarti dimengerti atau diterima oleh responden.

b. Hasil Uji Reliabilitas Servqual Kinerja dan Harapan

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang termasuk dalam kategori valid. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrumen sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Suatu penelitian dikatakan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika *Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,60 (Sugiyono 2014: 87).

Tabel 4. 1 Hasil Uji Reliabilitas Servqual Kinerja dan Harapan

Reliability Statistics		Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
.930	14	.887	14

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas kuesioner yang terlihat pada tabel di atas, koefisien *Cronbach's Alpha Servicescape* Kinerja lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,930 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian ini dapat dipercaya atau diandalkan, serta diharapkan instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten dari waktu ke waktu. Serta koefisien *Cronbach's Alpha Servicescape* Harapan juga lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,887 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini dapat dipercaya atau diandalkan, serta diharapkan instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten dari waktu ke waktu.

c. Analisis Kesenjangan (GAP)

Analisis kesenjangan (*gap*) dilakukan untuk menjawab rumusan masalah "Bagaimana tingkatan kepuasan konsumen atas *servqual* pada PT Medion Ardhika Bhakti Bandung?". Kualitas aktual ditunjukkan oleh penilaian

responden terhadap kinerja atribut pembentuk kepuasan konsumen berdasarkan *servqual*, sedangkan kualitas ideal ditunjukkan dari penilaian responden terhadap tingkat harapan dari indikator kepuasan tersebut. Untuk menentukan nilai kesenjangan, dapat dilihat dari selisih antara nilai kualitas kinerja dan kualitas harapan. Tingkat kepuasan yang baik ditandakan dengan hasil positif atau $Q_i \geq 0$. Ini berarti nilai kepuasan kinerja telah memenuhi kepuasan ideal yang diharapkan pengguna. Sebaliknya apabila hasilnya $Q_i < 0$ atau bernilai negatif, maka tingkat kepuasan dinyatakan buruk dan belum bisa memenuhi kegiatan ideal/harapan pengguna. Besarnya kesenjangan (*gap*) ditentukan dengan selisih antara kinerja dengan harapan. Penjelasan kesenjangan kepuasan diuraikan dalam setiap indikator.

Tabel 4. 2 Hasil Perhitungan Kesenjangan (GAP)

Dimensi	Indikator Pernyataan	Nilai/Skor		\bar{X}_P	\bar{X}_I	GAP ($Q_i = \bar{X}_P - \bar{X}_I$)
		Kinerja (P)	Harapan (I)			
<i>Serqual</i>	1	357	387	3.57	3.87	-0.30
	2	356	392	3.56	3.92	-0.36
	3	372	393	3.72	3.94	-0.22
	4	347	388	3.47	3.88	-0.41
	5	361	397	3.61	3.97	-0.36
	6	372	391	3.72	3.93	-0.21
	7	385	397	3.85	3.97	-0.12
	8	369	387	3.69	3.87	-0.18
	9	387	396	3.87	3.96	-0.09
	10	385	395	3.85	3.95	-0.10
	11	368	393	3.68	3.93	-0.25
	12	361	385	3.61	3.85	-0.24
	13	375	391	3.75	3.91	-0.16
	14	375	387	3.75	3.87	-0.12
Rata-Rata		369.29	391.36	3.69	3.91	-0.22

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Berdasarkan tabel 4.5. di atas, dapat dilihat bahwa semua pernyataan bernilai negatif, yang berarti bahwa semua pernyataan mempunyai kesenjangan (*gap*). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pada *servqual* saat ini masih berada di bawah harapan pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung.

d. Importance-Performance Analysis (IPA)

Penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dikenal sebagai metode untuk mengukur tingkat harapan dan kinerja, perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen, serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga menjadi dasar kepuasan konsumen (Lupiyoadi, 2015:240).

Tabel berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data penelitian, berupa skor rata-rata masing-masing indikator kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT Medion Ardhika Bhakti Bandung. Skor harapan menunjukkan skor rata-rata setiap pernyataan kepuasan pelanggan yang diharapkan oleh pelanggan perusahaan dan skor kinerja menunjukkan skor rata-rata setiap kepuasan pelanggan yang diterima pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti.

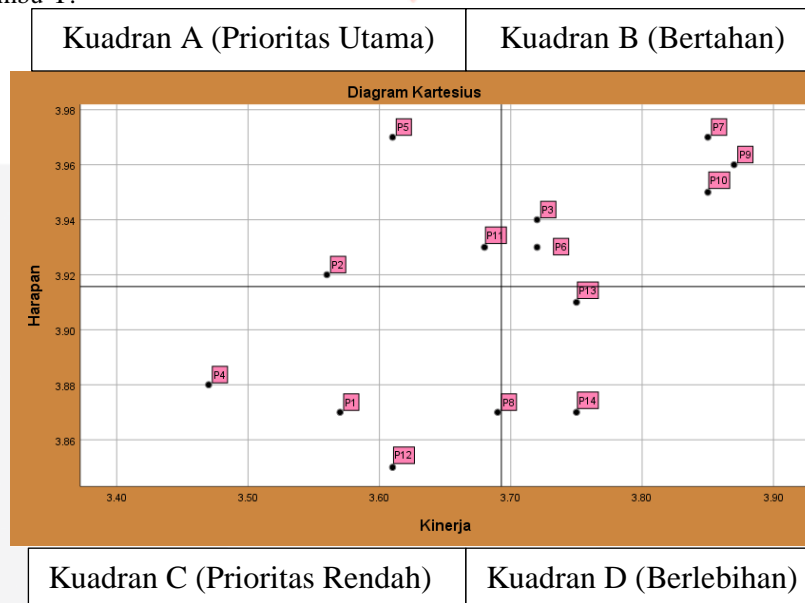
Tabel 4. 3 Skor Rata-Rata Kinerja dan Harapan Kepuasan Konsumen

Dimensi	Indikator Pernyataan	Nilai/Skor		\bar{X}_P	\bar{X}_I	Kuadran
		Kinerja (P)	Harapan (I)			
<i>Serqual</i>	1	357	387	3.57	3.87	C
	2	356	392	3.56	3.92	A
	3	372	393	3.72	3.94	B
	4	347	388	3.47	3.88	C

5	361	397	3.61	3.97	A
6	372	391	3.72	3.93	B
7	385	397	3.85	3.97	B
8	369	387	3.69	3.87	C
9	387	396	3.87	3.96	B
10	385	395	3.85	3.95	B
11	368	393	3.68	3.93	A
12	361	385	3.61	3.85	C
13	375	391	3.75	3.91	D
14	375	387	3.75	3.87	D
Rata-Rata	369.29	391.36	3.69	3.91	

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Kemudian data pada tabel 4.6. diolah dengan bantuan aplikasi IBM SPSS 25 yang menghasilkan diagram kartesius IPA. Diagram kartesius ini membagi setiap atribut pelayanan (*servqual*) ke dalam 4 jenis kuadran (kuadran A, kuadran B, kuadran C, dan kuadran D) dengan membuat garis batas dari rata-rata nilai kinerja (*performance*) dan nilai harapan (*importance*), nilai kinerja yang diterima merupakan sumbu X dan harapan merupakan sumbu Y.



Gambar 4. 1 Diagram Kartesius Kinerja dan Harapan (Analisis IPA)

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti, 2020

Dari diagram kartesius diatas dapat terlihat letak unsur-unsur atribut dimensi *servqual* yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung. Berikut adalah penjelasan hasil dari diagram kartesius:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan bahwa terlihat atribut-atribut yang berada di kuadran ini perlu mendapat prioritas untuk ditangani atau dibenahi terlebih dahulu. Atribut yang ada pada kuadran A inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung, tetapi masih belum memuaskan. Berikut adalah atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran A:

- Item 2 : Personil Medion dapat diandalkan dalam menangani masalah/ kebutuhan pelanggan;
- Item 5 : Personil memberikan respon yang cepat terhadap permintaan/pertanyaan dan keluhan pelanggan;
- Item 11 : Karyawan PT Medion dapat memahami kebutuhan dan masalah Pelanggan;

2. Kuadran B (Bertahan)

Atribut-atribut atau indikator yang ada pada kuadran ini harus bisa dipertahankan karena telah berhasil dilaksanakan. Adapun atribut atau indikator yang terdapat pada kuadran ini adalah sebagai berikut:

- Item 3 : Distribusi barang ke pelanggan tepat jumlah dan kondisi yang baik;
- Item 6 : Karyawan PT Medion Mampu menumbuhkan rasa percaya para pelanggan;
- Item 7 : Membuat Pelanggan Merasa aman sewaktu melakukan transaksi;

- d. Item 9 : Karyawan PT Medion dapat menjalin hubungan baik dengan pelanggan;
 - e. Item 10 : Karyawan PT Medion secara konsisten bersikap ramah dan sopan setiap kunjungan;
3. Kuadran C (Prioritas Rendah)
- Menunjukkan bahwa atribut atau indikator yang berada pada kuadran ini dinilai kurang penting pengaruhnya oleh konsumen. Pelaksanaannya biasa saja dan dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Berikut atribut atau indikator yang terdapat pada kuadran C:
- a. Item 1 : Medion memberikan pelayanan teknis secara baik sesuai waktu yang dijanjikan;
 - b. Item 4 : Personil selalu mengupdate perubahan informasi internal dan eksternal;
 - c. Item 8 : Medion Menyediakan layanan purna jual pembelian produk (return, service);
 - d. Item 12 : Peralatan yang digunakan oleh PT Medion memiliki teknologi Modern;
4. Kuadran D (Berlebihan)
- Menunjukkan faktor yang mempengaruhi konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Berikut terdapat 3 item yang tergolong di kuadran D:
- a. Item 13 : Kondisi lingkungan kantor (WSR) yang memadai (kantor gedung, fasilitas penyimpanan produk);
 - b. Item 14 : Karyawan PT Medion yang berpenampilan rapi dan profesional;

4. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan mengenai analisis kepuasan konsumen berdasarkan dimensi *Serviquol* dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA) pada PT Medion Ardhika Bhakti Bandung, dari penelitian tersebut dapat diambil kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut: pertama, berdasarkan persepsi konsumen terhadap lingkungan layanan (*servqual*) pada PT Medion Ardhika Bhakti Bandung diukur dengan analisis deskriptif kinerja secara keseluruhan berada dalam kategori **Sangat Baik** yaitu sebesar **92,32%**. Kedua, konsumen mempunyai harapan yang besar atas lingkungan layanan (*servqual*) pada PT Medion Ardhika Bhakti Bandung, berdasarkan analisis deskriptif harapan secara keseluruhan berada dalam persentase sebesar **97,84%** dan berada dalam kategori **Sangat Baik**. Ketiga, tingkat kepuasan pada konsumen diukur dalam harapan dan kinerja yang ditujukan untuk PT Medion Ardhika Bhakti Bandung, dengan nilai rata-rata harapan **3,91** sementara kinerja yang konsumen rasakan dengan hasil nilai rata-rata **3,69**. Maka dapat diberikan kesimpulan bahwa konsumen belum merasa puas karena nilai rata-rata harapan yang lebih besar dibandingkan dengan nilai rata-rata kinerja. Keempat, berdasarkan penelitian dengan menggunakan *Important Performance Analysis* (IPA) pada diagram kartesius terdapat tiga atribut prioritas utama pada kuadran A, empat atribut dengan prioritas rendah pada kuadran C dan tiga atribut berlebihan pada kuadran D yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta lingkungan layanan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung yakni sebagai berikut:

- a. Kuadran A (Prioritas Utama)
 - 1) Personil Medion dapat diandalkan dalam menangani masalah/ kebutuhan pelanggan;
 - 2) Personil memberikan respon yang cepat terhadap permintaan/pertanyaan dan keluhan pelanggan;
 - 3) Karyawan PT Medion dapat memahami kebutuhan dan masalah Pelanggan;
- b. Kuadran C (Prioritas Rendah)
 - 1) Medion memberikan pelayanan teknis secara baik sesuai waktu yang dijanjikan;
 - 2) Personil selalu mengupdate perubahan informasi internal dan eksternal;
 - 3) Medion Menyediakan layanan purna jual pembelian produk (return, service);
 - 4) Peralatan yang digunakan oleh PT Medion memiliki teknologi Modern;
- c. Kuadran D (Berlebihan)
 - 1) Kondisi lingkungan kantor (WSR) yang memadai (kantor gedung, fasilitas penyimpanan produk);
 - 2) Karyawan PT Medion yang berpenampilan rapi dan profesional;

b. Saran

- a. Pada tingkat kesenjangan (GAP) antara kinerja dan harapan *servqual* PT Medion Ardhika Bhakti Bandung setiap item pernyataan pada tiap dimensi memiliki tingkat kesenjangan (GAP), karena semua skornya bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja yang sesungguhnya masih berada di bawah harapan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas terhadap kinerja *servqual* PT Medion Ardhika Bhakti Bandung dalam melayani konsumen, sehingga perusahaan harus dapat memperbaiki seluruh atribut dari masing-masing dimensi tersebut. Pada penelitian ini diketahui hasil dari diagram kartesius kuadran mana saja yang masih harus diperbaiki, seperti pada Kuadran I yang mengatakan atribut-atribut tersebut dianggap penting namun pada kenyataannya belum sesuai dengan harapan konsumen, oleh karena itu perusahaan harus melakukan perbaikan dalam *servqual* dengan memberikan standar layanan yang lebih baik lagi, seperti personil medion harus lebih bisa diandalkan dalam menangani setiap masalah dan kebutuhan pelanggan, personil medion harus lebih cepat

dan tanggap dalam merespon setiap keinginan atau pendapat pelanggan dan personil medion harus memahami setiap masalah/ kebutuhan pelanggan hal itu dapat dilakukan dengan baik dengan membuat konsep aplikasi yang dapat menghubungkan pelanggan dan personil medion untuk dapat lebih cepat menampung seluruh keluhan, pertanyaan ataupun pendapat pelanggan dan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kemudian pada Kuadran III memuat atribut-atribut yang harus ditingkatkan lagi kinerjanya dengan strategi baru oleh perusahaan karena dalam pelaksanaannya biasa saja dan dianggap kurang penting dan kurang memuaskan seperti Medion memberikan pelayanan teknis dan sesuai pada waktu yang telah dijanjikan dirasa kurang penting oleh pelanggan seperti saat jadwal vaksinator yang efektif sesuai target yang telah ditetapkan perusahaan, informasi-informasi baik itu internal (dari dalam perusahaan contohnya : harga produk, kemasan dll) maupun informasi eksternal (contohnya : perkembangan penyakit-penyakit pada ternak, harga telur di pasaran dll) harus lebih sering di update lagi seperti update informasi di setiap sosial media PT Medion, Medion harus meningkatkan layanan purna jual pembelian produk yang telah ada sebelumnya seperti sistem return barang yang lebih cepat, dan peralatan yang digunakan PT Medion sudah modern tetapi hanya saja pelanggan yang jarang datang untuk mengunjungi pabrik medion, sehingga dirasa kurang penting oleh pelanggan. Adapun Kuadran IV menunjukkan beberapa faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi. Kondisi lingkungan kantor (WSR) yang memadai (kantor gedung, fasilitas penyimpanan produk tidak terlalu di prioritaskan oleh pelanggan karena pelanggan yang jarang langsung datang ke kantor medion dan karyawan PT Medion yang berpenampilan rapi dan profesional faktor tersebut tidak terlalu diprioritaskan oleh pelanggan.

5. Daftar Pustaka

- [1] Afif, A.F., (2017). Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality (Servqual) (Studi Kasus Pada “Ukm Empal Gentong Amarta” Cirebon – Jawa Barat). *Jurnal Industrial Engineering UII* 87.
- [2] Alma, B., (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. CV, Alfabeta, Bandung.
- [3] Annisa, A., C., Marheni, E., S., (2017). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) (Studi Pada Perusahaan J&T Express Di Bandung). *Jurnal Universitas Telkom*.
- [4] Irgandi, D.H., Sastika, W., Nellyaningsih, (2019). Service Quality Dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Pada Cv Indolecture Pramadana Kreasi Kota Bandung Tahun 2019. *e-Proceeding of Applied Science* Vol. 5, 864.
- [5] Kotler, P., Amstrong, G., (2016). Principles of Marketing. 15th Pearson Education Limited.
- [6] Kotler, P., Keller, K.L., (2016). Marketing Management, 15th Edition. ed. Pearson Education Limited.
- [7] Lastika, (2018). Analisis Kepuasan Konsumen berdasarkan dimensi Servicescape dengan menggunakan metode IPA (Studi kasus pada restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung). *Jurnal Telkom University*.
- [8] Lupiyoadi, R., (2015). Praktikum Metode Riset Bisnis. Salemba Empat, Jakarta.
- [9] Lupiyoadi, R., 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi, Edisi 3. ed. Salemba Empat, Jakarta.
- [10] Lutfie, H., Hidayat, R., (2020). *Important Performance Analysis (IPA) to Know Customer Satisfaction through the Service Quality of Transmart Carrefour Retail in Bandung City. The Mattingley Publishing Co., Inc.* Volume 83, 7977–7983.
- [11] Lutfie, H., Hidayat, R., (2018). *Assessing Determinants of Service Quality on Customer Satisfaction: Study Cases of Superindo Minimarket. American Scientific Publishers* Vol. 24, 12, 5.
- [12] Lutfie, H., Hidayat, R., (2018). The Influence of Price and Quality of Service on Purchase Decision: A Case Study on Entertainment Industry. *adv sci lett* 24, 9414–9418. <https://doi.org/10.1166/asl.2018.12287>
- [13] Lutfie, H., Hidayat, R., Syafrina, I., (2017). *The Impact of Green Product through Labeling, Packaging and Product Perception for Purchasing Decision: A Review. International Journal of Economic Perspectives* Volume 11, 1–8.
- [14] Prananda, Y., Dyah, R.L., Shodiq, A.K., (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Jurnal OPSI* Vol. 12.
- [15] Purnama, A., Sailah, I., (2017). Peningkatan Tingkat Kepuasan Dosen Terhadap Kualitas Pelayanan Pelatihan Jurnal Berkualitas Melalui Metode Servqual. *Jurnal Manajemen*/Volume XXI, 3(10), 418-433.
- [16] Sugiyono, (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- [17] Sugiyono, (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan Rddan. Alfabeta, Bandung.
- [18] Sugiyono, (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- [19] Tjiptono, F., (2016). Service Management Mendwujudkan Layanan Prima, Edisi 3. ed. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- [20] Tjiptono, F., (2014). Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- [21] Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., (2013). Service Marketing, 6th Edition. ed. McGraw-Hill Education.

- [22] <https://ekonomi.bisnis.com/read/20171123/99/712054/2018-industri-obat-hewan-diyakini-tumbuh-7-10> diakses pada tanggal 23 Februari 2020
- [23] <https://www.medion.co.id/id/perusahaan/> diakses pada tanggal 19 Febeuari 2020

