

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE  
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) STUDI PADA PENGUNJUNG  
PLASA TELKOM PUTRI HIJAU MEDAN  
TAHUN 2021**

**Service Quality Analysis Using Importance Performance Analysis Method (IPA) Study  
in Plasa Telkom Putri Hijau Medan Visitors Years 2021**

Putri Zahra<sup>1</sup>, Fanni Husnul Hanifa<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Telkom, Bandung

<sup>1</sup> [putrizahra@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:putrizahra@student.telkomuniversity.ac.id), <sup>2</sup> [fanni.husnul@tass.telkomuniversity.ac.id](mailto:fanni.husnul@tass.telkomuniversity.ac.id)

---

**Abstrak**

Plasa Telkom merupakan salah satu layanan yang disediakan oleh PT. Telkom Indonesia agar terjadinya interaksi antara pelanggan maupun calon pelanggan dengan PT. Telkom Indonesia tetapi tidak sedikit pelanggan yang kurang puas dan kecewa akan pemberian penanganan oleh karyawan Plasa Telkom termasuk oleh Plasa Telkom Putri Hijau Medan yang dikhawatirkan dapat menyebabkan pelanggan berhenti berlangganan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kinerja dan harapan pelanggan terhadap Plasa Telkom Putri Hijau Medan serta atribut kualitas layanan apa yang harus ditingkatkan dengan dimensi dari kualitas pelayanan pada penelitian ini menggunakan teori dari Kotler dan Keller dalam Priansa yang terbagi atas lima dimensi yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*. Penelitian ini menggunakan objek Plasa Telkom Putri Hijau Medan dengan studi kasus pada pengunjung dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan yang berjumlah 100 orang responden dengan metode pengolahan data menggunakan validitas, reliabilitas, *Customer Satisfaction Index* (CSI) serta *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa rata-rata skor dari tingkat Harapan sebesar 87,57% yang berarti "Sangat Tinggi" serta tingkat Kenyataan sebesar 81,21% yang berarti "Tinggi" dengan tingkat *Customer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 81,87%. Adapun sebelas atribut yang terletak pada kuadran A yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kembali demi memenuhi kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** Kualitas Layanan, CSI, Metode IPA

---

**Abstract**

Plasa Telkom is one of the services provided by PT. Telkom Indonesia in order to have interaction between customers and prospective customers with PT. Telkom Indonesia but there are customers who disappointed by the handling by employees of Plasa Telkom including by Plasa Telkom Putri Hijau Medan which is feared to cause customers to unsubscribe. The purpose of this study is to know the performance and expectations of customers to Plasa Telkom Putri Hijau Medan and attributes should be improved by the dimensions of service quality in this study using the theory of Kotler and Keller in Priansa which is divided into five dimensions, namely *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, and *tangible*. This study uses the object Of Plasa Telkom Putri Hijau Medan with case studies on visitors which amounts to 100 respondents with data processing methods using validity, reliability, *Customer Satisfaction Index* (CSI) and *Importance Performance Analysis* (IPA). The results of this study were obtained that the average score of the Expectation level of 87.57% which means "Very High" and the Reality level of 81.21% which means "High" with a CSI rate of 81.87%. The eleven attributes located in quadrant A are the top priority to be scaled back.

**Keywords :** Service Quality, CSI, IPA Method

---

**1. Pendahuluan**

**1.1 Latar Belakang**

Menurut data dan hasil survei yang dilakukan oleh *platform* manajemen sosial Hootsuite yang berjudul "Global Reports 2021", tercatat 73,7% dari total populasi penduduk di Indonesia atau 202,6 juta jiwa yang merupakan pengguna jaringan internet per Januari 2021. Bila dibandingkan dengan tahun 2020, terjadi peningkatan sebesar 15,5% untuk jumlah pengguna internet di Indonesia. Dengan pengguna dari rentang umur 13 tahun sampai 64 tahun yang menghabiskan waktu rata-rata sebesar 8 jam 52 menit setiap harinya untuk menggunakan internet. Dan untuk mengakses internet, sebagian besar masyarakat Indonesia menggunakan telepon genggam mereka masing-masing.

Melihat potensi tersebut menyebabkan banyaknya perusahaan dalam bidang provider telekomunikasi seluler terjun secara langsung ke dalam bisnis jaringan internet ini demi mencoba peruntungan mereka termasuk PT. Telkom Indonesia yang meluncurkan produk Indihome yang merupakan layanan *Triple Play* (3P). Persaingan yang semakin ketat pada bisnis jaringan internet ini tentu memicu tiap perusahaan untuk tidak hanya memberikan produk yang berkualitas tetapi juga memberikan pelayanan yang terbaik sehingga perusahaan dapat lebih unggul bila dibandingkan dengan para pesaingnya serta membuat konsumennya selalu loyal.

Plasa Telkom merupakan salah satu saluran layanan yang disediakan oleh PT. Telkom Indonesia agar terjadinya interaksi secara langsung antara pelanggan maupun calon pelanggan dengan PT. Telkom Indonesia baik perihal kebutuhan informasi atau mengajukan keluhan mengenai produk dan layanan yang terdapat diberbagai kota di Indonesia. Adapun menurut data yang diperoleh, tidak sedikit pelanggan yang merasa kurang puas dan kecewa akan pemberian penanganan oleh karyawan Plasa Telkom khususnya untuk Plasa Telkom Putri Hijau Medan yang dikhawatirkan dapat menyebabkan pelanggan berhenti berlangganan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Plasa Telkom Putri Hijau Medan mengenai “Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) Studi Pada Pengunjung Plasa Telkom Putri Hijau Medan Tahun 2021”.

## 1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana harapan dari konsumen atas layanan Plasa Telkom Putri Hijau Medan?
2. Bagaimana kinerja layanan pada Plasa Telkom Putri Hijau Medan menurut persepsi konsumen?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan oleh Plasa Telkom Putri Hijau Medan?
4. Aspek apa saja yang harus ditingkatkan lagi pada Plasa Telkom Putri Hijau Medan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui harapan dari konsumen atas layanan Plasa Telkom Putri Hijau Medan.
2. Untuk mengetahui kinerja layanan pada Plasa Telkom Putri Hijau Medan berdasarkan persepsi dari konsumen.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan oleh Plasa Telkom Putri Hijau Medan.
4. Untuk mengetahui aspek apa saja yang harus ditingkatkan lagi pada Plasa Telkom Putri Hijau Medan.

## 2. Landasan Teori dan Metode Penelitian

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Pemasaran

Menurut Webster dalam Priansa (2017:31) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu fungsi manajemen yang memiliki tanggung jawab dalam meyakinkan bahwasanya, tiap-tiap aspek organisasi difokuskan pada hubungan pelanggan dengan menyampaikan nilai yang superior serta menyadari bahwa perusahaan berada atas tujuannya dalam melakukan hubungan dengan aset perusahaan yang terpenting.

#### 2.1.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Shultz dalam Manap (2016:79) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai perencanaan, pengarahan serta melakukan kontrol untuk seluruh kegiatan pemasaran pada departemen perusahaan sebuah perusahaan ataupun perusahaan tersebut.

#### 2.1.3 Jasa

Menurut Kotler dalam Fatihudin dan Firmansyah (2019:9), jasa adalah seluruh aktivitas yang bisa ditawarkan dari satu pihak ke pihak yang lainnya. Dimana jasa sebenarnya tidak memiliki wujud serta tidak pula menyebabkan kepemilikan apapun. Produksi dari jasa dapat berhubungan dengan produk fisik maupun sebaliknya.

#### 2.1.4 Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2017:89), terdapat beberapa dimensi kualitas layanan sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*)  
Keandalan merupakan kemampuan dari perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan apa yang telah dijanjikan sebelumnya dengan cepat serta dapat dipercaya.
2. Keresponsifan (*responsiveness*)

Keresponsifan adalah kemampuan dalam memberikan layanan secara sigap serta cepat tanggap dalam melayani, menangani transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.

3. Keyakinan (*assurance*)

Keyakinan adalah kesopanan, pengetahuan, dan kemampuan dari karyawan untuk menciptakan rasa percaya serta keyakinan pelanggan terhadap perusahaan.

4. Empati (*empathy*)

Empati yaitu memberikan perhatian tulus serta bersifat pribadi kepada pelanggan, mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan secara spesifik, dan mempunyai waktu operasi yang nyaman untuk pelanggan.

5. Berwujud (*tangible*)

Berwujud yaitu memiliki kaitan dengan penampilan fisik dari perusahaan, seperti peralatan, media komunikasi, kebersihan, kerapian, dan personel.

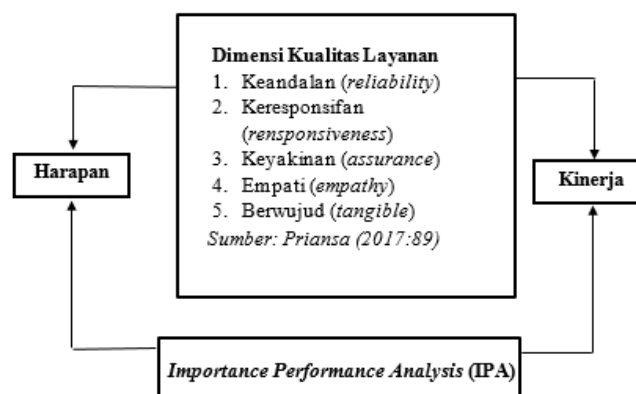
### 2.1.5 Kepuasan Pelanggan

Menurut Fatihudin dan Firmansyah (2019:206) menyatakan kepuasan pelanggan sebagai pengukuran atau parameter mengenai sampai sejauh mana pelanggan dari produk ataupun jasa perusahaan merasa sangat senang dengan produk atau jasa yang diterima.

### 2.1.6 Importance Performance Analysis (IPA)

Teknik *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla & James (1997) pada artikel mereka yang dipublikasikan pada *Jurnal Of Marketing*. Tjiptono dan Chandra (2016:222-223) mengutip penjelasan Martilla & James (1997), “Pada teknik ini, diminta respon untuk dapat memberikan penilaian pada tingkat kepentingan berbagai atribut yang berhubungan serta tingkat kinerja dari perusahaan pada tiap-tiap atribut tersebut.”

### 2.1.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## 2.2 Metode Penelitian

### 2.2.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian kali ini, pendekatan yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif yang berdasarkan pada filsafat *positivism* untuk melakukan penelitian terhadap sampel atau populasi tertentu dengan mengambil sampel secara acak. Metode penelitian kuantitatif mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat statistik yang bertujuan untuk menggambarkan serta melakukan uji terhadap hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:16-17).

Sedangkan untuk jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah jenis penelitian deskriptif. Menurut Lehmann pada Yusuf (2017:62) penelitian deskriptif adalah suatu jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menggambarkan suatu fakta serta sifat dari populasi tertentu secara sistematis, faktual, dan akurat, atau mencoba mendeskripsikan fenomena secara rinci.

### 2.2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Kerlinger dalam Yusuf (2017:150) mendefinisikan sampel sebagai: “*taking any portion of a population or universe as representative of that population*”. Yang berarti bahwa sampel adalah mengambil sebagian dari populasi atau keseluruhan sebagai perwakilan dari populasi itu. Maka dari itu, sampel diambil dari populasi yang benar-benar mewakili.

Pada penelitian ini diketahui sebanyak 25.692 orang yang datang mengunjungi Plasa Telkom Putri Hijau Medan pada tahun 2020. Untuk itu digunakanlah rumus Slovin untuk melakukan perhitungan ukuran

sampel dikarenakan jumlah dari populasi diketahui jumlahnya seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018:137) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah dari sampel

N = jumlah dari populasi

e = persentase tingkat kesalahan dari sampel

Menurut Sugiyono (2016) menyatakan bahwa kebiasaan umum untuk tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) yang digunakan dalam dunia kedokteran dan teknik adalah 1% dengan tingkat keyakinan 99%. Sedangkan untuk ekonomi dan pertanian adalah sebesar 5% atau tingkat keyakinan 95% dan untuk ilmu-ilmu sosial sebesar 10% atau tingkat keyakinan sebesar 90%. Maka digunakanlah persentase tingkat kesalahan dari sampel sebesar 10% dalam penelitian ini.

Berdasarkan pada rumus Slovin tersebut, perhitungan dalam menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

$$n = \frac{25.692}{1 + 25.692 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{25.692}{257,92}$$

$$n = 99,61$$

Dari perhitungan di atas, didapatkan hasil sebesar 99,61 yang dibulatkan menjadi 100 responden untuk dijadikan sampel pada penelitian ini.

*Nonprobability sampling* merupakan teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada seluruh unsur atau anggota dari populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2018:288-289). Penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*, *purposive sampling* menurut Sugiyono (2018:289) adalah sebagai teknik pengambilan sampel sumber data yang memiliki pertimbangan tertentu seperti orang yang dianggap paling memahami harapan kita, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga peneliti dapat lebih mudah mengeksplorasi suatu objek maupun situasi sosial yang sedang diteliti.

### 2.2.3 Analisis Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini, analisis statistik deskriptif memiliki fungsi untuk dapat mengetahui pengaruh antar variabel kualitas pelayanan yang terdiri atas *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible* terhadap kepuasan konsumen melalui kuesioner yang disebar.

No	Presentasi	Kategori
1.	25% - 43,75%	Sangat Rendah
2.	43,75% - 62,5%	Rendah
3.	62,5% - 81,25%	Tinggi
4.	81,25% - 100%	Sangat Tinggi

Gambar 2. Kriteria Interpretasi Skor

### 2.2.4 Importance Performance Analysis (IPA)

Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Menurut Martila dan James dalam Mudjanarko dkk (2020:21-23) menyebutkan tentang prosedur dan pengukuran Importance Performance Analysis (IPA) sebagai berikut:

1. Menghitung nilai kesesuaian untuk dapat menentukan prioritas utama dalam melakukan perbaikan terhadap kinerja dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan rumus:

$$TK_i = \frac{x_i}{y_i} \times 100 \%$$

Keterangan:

Tki= Tingkat kesesuaian

$x_i$  = Skala penilaian kinerja perusahaan

$y_i$  = Skala penilaian kepentingan pelanggan

- Mengukur tingkat kepuasan pelanggan atas kinerja dari perusahaan serta tingkat kepentingan pelanggan atas variabel kepuasan pelanggan. Pada diagram kartesius, tingkat kinerja dilambangkan dengan huruf x dan tingkat kepentingan pelanggan dilambangkan dengan huruf y. adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

Keterangan:

x = Skala rata-rata tingkat kualitas layanan

y = Skala rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

- Membagi diagram kartesius kedalam empat bagian yang berbeda dengan cara menghitung rata-rata dari rata-rata skala tingkat kepuasan serta tingkat kepentingan untuk dapat mengetahui posisi dari responden.



**Gambar 3. Diagram Kartesius**

Keterangan:

- Kuadran A menunjukkan variabel yang dianggap memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen serta dianggap sangat penting, tetapi perusahaan belum dapat melaksanakannya sesuai dengan keinginan dari pelanggan.
- Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan, oleh sebab itu harus dipertahankan serta dianggap sangat penting untuk memuaskan pelanggan.
- Kuadran C menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting serta kurang memuaskan bagi pelanggan.
- Kuadran D menunjukkan variabel yang memuaskan, tapi dalam melakukannya perusahaan terlalu berlebihan serta dianggap kurang penting oleh pelanggan.

### 3. Pembahasan

#### 3.1 Hasil Analisis Deskriptif Atribut Harapan

Rata-rata skor total atribut harapan untuk lima dimensi kualitas layanan pada Plasa Telkom Putri Hijau Medan yaitu sebesar 87,57%, hasil perhitungan tersebut termasuk dalam kategori "Sangat Tinggi" yang berarti rata-rata skor total atribut harapan untuk lima dimensi kualitas layanan tersebut ini dinilai sangat penting oleh responden.

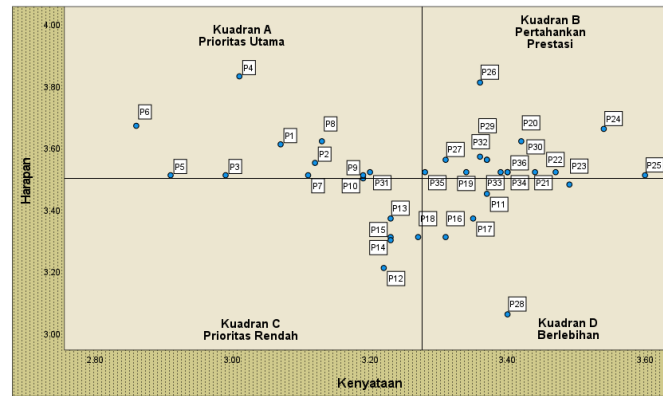
#### 3.2 Hasil Analisis Deskriptif Atribut Kenyataan

Rata-rata skor total atribut kenyataan untuk lima dimensi kualitas layanan pada Plasa Telkom Putri Hijau Medan yaitu sebesar 81,21%, hasil perhitungan tersebut termasuk dalam kategori "Tinggi" yang berarti pelanggan puas akan kinerja pada lima dimensi untuk atribut kenyataan dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan.

#### 3.3 Hasil Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Didapatkan nilai dari tingkat Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 81,87%. Persentase sebesar 81,87% tersebut pada tabel interpretasi CSI masuk pada rentang 81% - 100% yang berarti (Widodo dan Sutopo, 2018:43) pelanggan merasa sangat puas akan kualitas layanan dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan.

#### 3.4 Hasil Analisis Importance Performance Analysis (IPA)



**Gambar 4. Hasil Diagram Kartesius**

Berdasarkan diagram kartesius di atas dapat dilihat bahwa tiap-tiap unsur dari atribut pelayanan di Plasa Telkom Putri Hijau Medan terbagi menjadi empat bagian berbeda yaitu kuadran A, kuadran B, kuadran C, dan kuadran D yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran A (Prioritas Utama)

Menunjukkan atribut-atribut yang dianggap memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan serta dianggap sangat penting, tetapi Plasa Telkom Putri Hijau Medan belum mampu untuk dapat melaksanakannya sesuai dengan apa yang diharapkan serta diinginkan pelanggan. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini perlu mendapatkan prioritas untuk dapat diperbaiki lebih dahulu. Adapun yang termasuk dalam kuadran ini sebagai berikut:

1. Atribut 1 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan handal dalam menangani masalah yang dihadapi oleh pelanggan.
2. Atribut 2 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan dapat memberikan alternatif solusi yang baik kepada pelanggan.
3. Atribut 3 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu menjaga kerahasiaan data pelanggan.
4. Atribut 4 :Data pelanggan yang telah disimpan oleh Plasa Telkom Putri Hijau sangat lengkap dan rinci.
5. Atribut 5 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu tepat waktu ketika memiliki janji dengan konsumen.
6. Atribut 6 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan tidak memberikan janji yang berlebihan kepada pelanggan.
7. Atribut 7 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan cepat dalam menindaklanjuti keluhan dari pelanggan.
8. Atribut 8 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan memberikan layanan dengan cepat kepada pelanggan.
9. Atribut 9 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu memberikan bantuan kepada pelanggan yang membutuhkan bantuan.
10. Atribut 10 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan tanggap dalam membantu pelanggan.
11. Atribut 31 :Informasi yang terdapat pada brosur, spanduk, dan banner yang terdapat di Plasa Telkom Putri Hijau Medan memiliki desain menarik.

b. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Menunjukkan atribut-atribut dari pelayanan Plasa Telkom Putri Hijau Medan yang telah dilakukan dengan baik, dimana menurut persepsi dari pelanggan atribut-atribut tersebut sangat penting. Oleh sebab itu, Plasa Telkom Putri Hijau Medan harus mampu untuk mempertahankannya. Adapun yang termasuk dalam kuadran ini sebagai berikut:

1. Atribut 19 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu memberikan perhatian penuh ketika melayani pelanggan.
2. Atribut 20 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan bersikap profesional ketika melayani pelanggan.
3. Atribut 21 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu berusaha dalam memenuhi segala kebutuhan pelanggan.
4. Atribut 22 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu menyesuaikan kebutuhan pelanggan dengan tayangan yang diinginkan.
5. Atribut 24 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu menanggapi dan menindaklanjuti keluhan dari pelanggan dengan baik.



6. Atribut 25 :Jam operasional dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan (08.00-16.00) memudahkan pelanggan dalam mengunjungi kantor ketika ada kepentingan.
  7. Atribut 26 :Jam layanan teknisi yang fleksibel dan dapat disesuaikan dengan waktu yang dimiliki oleh pelanggan jika pelanggan membutuhkan layanan dari teknisi.
  8. Atribut 27 :Desain interior dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan dapat membuat pelanggan merasa nyaman.
  9. Atribut 29 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu menggunakan seragam dengan rapi dan bersih.
  10. Atribut 30 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu menggunakan tanda pengenal dan atribut lengkap.
  11. Atribut 32 :Plasa Telkom Putri Hijau Medan memberikan layanan baik yang didukung oleh penampilan menarik dari pegawai.
  12. Atribut 33 :Fasilitas umum seperti toilet dan ruang ibadah yang terdapat di Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu terjaga kebersihan serta kerapihannya.
  13. Atribut 34 :Ruang tunggu yang terdapat di Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu terjaga kebersihan serta kerapihannya.
  14. Atribut 35 :Terdapat brosur, spanduk, dan banner sebagai media komunikasi yang dapat menunjang penyampaian informasi yang diberikan kepada pelanggan.
  15. Atribut 36 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan akan memberikan informasi mengenai media komunikasi lainnya untuk berinteraksi dengan pelanggan seperti menelpon *call center* di 147 atau mengakses aplikasi MyIndihome.
- c. Kuadran C (Prioritas Rendah)
- Menunjukkan atribut-atribut dari pelayanan Plasa Telkom Putri Hijau Medan yang dianggap kurang penting serta kurang memuaskan bagi pelanggan. Adapun yang termasuk dalam kuadran ini sebagai berikut:
1. Atribut 12 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan dapat membuat pelanggan nyaman ketika menggunakan produk.
  2. Atribut 13 :Pelanggan merasa aman ketika melakukan transaksi (melakukan pembayaran).
  3. Atribut 14 :Pelanggan mendapatkan rincian ketika bertransaksi (melakukan pembayaran).
  4. Atribut 15 : Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu bersikap sopan kepada pelanggan.
  5. Atribut 18 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan dapat menjelaskan dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan.
- d. Kuadran D (Berlebihan)
- Menunjukkan atribut-atribut dimana pihak Plasa Telkom Putri Hijau Medan telah memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggan, tapi dalam melakukannya perusahaan terlalu berlebihan serta dianggap kurang penting oleh pelanggan. Adapun yang termasuk dalam kuadran ini sebagai berikut:
1. Atribut 11 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan dapat menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan.
  2. Atribut 16 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu bersikap ramah kepada pelanggan.
  3. Atribut 17:Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan dapat menjelaskan segala informasi mengenai produk kepada pelanggan.
  4. Atribut 23:Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan selalu mendengarkan serta memahami keluhan dari pelanggan dengan baik.
  5. Atribut 28:Plasa Telkom Putri Hijau Medan mendekorasi kantor sesuai dengan momen-momen tertentu.

#### 4. Kesimpulan

- a. Berdasarkan analisis deskriptif, didapatkan rata-rata skor untuk importance sebesar 87.57% (Sangat Tinggi).
- b. Berdasarkan analisis deskriptif, didapatkan rata-rata skor untuk performance sebesar 81.21% (Tinggi).
- c. Didapatkan nilai dari tingkat Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 81,87% (Sangat Memuaskan).
- d. Terdapat 11 atribut dari kualitas layanan Plasa Telkom Putri Hijau Medan yang menjadi prioritas utama untuk mendapat perbaikan dengan perbaikan sebagai berikut:
  - a) Atribut 1 : Pegawai dari Plasa kedepannya handal dalam menangani masalah yang dihadapi oleh pelanggan.
  - b) Atribut 2 :Pegawai dari Plasa dapat memberikan alternatif solusi yang baik kepada pelanggan.
  - c) Atribut 3 :Pegawai dari Plasa kedepannya selalu menjaga kerahasiaan data pelanggan.
  - d) Atribut 4 :Data pelanggan disimpan oleh Plasa secara lengkap dan rinci.
  - e) Atribut 5 :Pegawai dari Plasa berusaha selalu tepat waktu ketika memiliki janji dengan konsumen.
  - f) Atribut 6:Pegawai dari Plasa memberikan janji sesuai dengan keadaan

- g) Atribut 7 :Kedepannya Pegawai dari Plasa cepat dalam menindaklanjuti keluhan dari pelanggan.
- h) Atribut 8 :Pegawai dari Plasa dapat memberikan layanan dengan cepat kepada pelanggan.
- i) Atribut 9 :Pegawai dari Plasa memberikan bantuan kepada pelanggan yang membutuhkan bantuan.
- j) Atribut 10 :Pegawai dari Plasa Telkom Putri Hijau Medan tanggap dalam membantu pelanggan.
- k) Atribut 31 :Informasi yang terdapat pada brosur, spanduk, dan banner yang terdapat di Plasa Telkom Putri Hijau Medan memiliki desain menarik.

### Referensi

- Assauri, Sofjan. 2017. Manajemen Pemasaran, Jakarta: Raja Grafindo
- Azwar, Saifuddin. 2016. Metode Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmasnyah. 2019. Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan), Yogyakarta: Deepublish
- Fitriah, Maria. 2018. Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual, Yogyakarta: Budi Utama
- Hermawan, Asep dan Husna Leila Yusran. 2017. Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Jakarta: Kencana
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktek*, Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15e New Jersey: Person Prentice Hall, Inc*
- Manap, Abdul. 2016. Revolusi Manajemen Pemasaran, Jakarta: Wacana Media
- Meithiana, Indrasari. 2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, Surabaya: Unitomo Pers
- Mudjanarko, Sri Wibowo, et.al. 2020. Metode Importance Performance Analysis (IPA) untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan, Surabaya: Scofindo Media Pustaka
- Priansa, Donni Juni. 2017. Komunikaais Pemasaran Terpadu, Bandung: Pustaka Setia
- Rukajat, Ajat. 2018. Pendekatan Penelitian Kuantitatif: *Quantitative Research Approach*, Yogyakarta: Deepublish
- Sinulingga, Sukaria. 2018. Metode Penelitian, Medan: USU Press
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta
- Yusuf, A. Muri. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan, Jakarta: Kencana

### Penelitian Terdahulu dan Jurnal

- Amaliah, Nur. 2020. Pengaruh Program Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Peningkatan Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. PELINDO IV (Persero) Cabang Terminal Petikemas Makassar. Eprints Universitas Negeri Makassar.
- Disastra, G. M., Hanifa, F. H., & Sastika, W. 2018. Importance-Performance Analysis (IPA) on Tourists Satisfaction (Study in Ciamis Regency, Indonesia). *Advanced Science Letters*, 24(4).
- Hidayat, N.H. dan Hanifa, F. H. 2019. Analisis Service Quality dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) studi pada Konsumen PT Astra International UD Trucks Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Imansari, Dennisa dan Widya Sastika. 2020. Analisis *Service Quality* Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) Pada Lalune Coffee & Luncheonette Kota Bandung 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Karya, D.F. 2016. Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengunjung Perpustakaan Kampus A Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (UNUSA). *Business and Finance Journal*, 1(2).
- Muslih, Rotua dan Harrie Lutfie. 2018. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Layanan dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) di Infomedia Indihome STO Turangga Bandung 2018. *eProceedings of Applied Science*, 5(1).
- Prasetyo, H.D. dan Desi Kusmindari. 2017. Analisis Gap Di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Dengan Metode SERVQUAL (Studi Kasus KCP. MMU. KTM. Tanjung Api-Api). *Bina Darma Conference on Engineering Science*, 5(1).
- Pratiwi, H.S. dan Budi Santoso. 2020. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Di Viva Beauty Center dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). *JUMINTEN*, 1(6).
- Suryani, D.A. dan Rennyta Yusiana. 2018. Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Metode IPA Pada Transvision Bandung 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Tanny, S.M. dan Widya Sastika. 2018. Analisis *Service Quality* Menggunakan Metode *Importance performance Analysis* (ipa) Pada Agen Pt. Prudential Life Assurance Kota Bandung Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Widodo, S.M. dan Joko Sutopo. 2018. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada *E-Commerce Model Business to Customer*. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1).

### Website

[www.hootsuite.com](http://www.hootsuite.com) diakses pada 3 Maret 2021

[www.inverstordaily.com](http://www.inverstordaily.com) diakses pada 3 Maret 2021



*www.mediakonsumen.com* diakses pada Maret 2021  
*www.telkom.co.id* diakses pada 1 Maret 2021

