

ANALISA KUALITAS PELAYANAN UNTUK PENINGKATAN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE IPA (*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*) DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (CSI) STUDI KASUS PADA RESTORAN A&W MASPION SQUARE SURABAYA

Ika Pertiwi

Email: ikaiko2018@gmail.com

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Dr. Soetomo Surabaya

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Restoran A&W Maspion Square Surabaya dan untuk mengetahui atribut apa saja yang menjadi keunggulan dan kelemahan berdasarkan kualitas pelayanan dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif Deskriptif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik Purposive Sampling. Metode Analisis Data menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Indeks (CSI) dan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, yaitu: layanan bukti fisik, layanan kehandalan, layanan tanggapan, layanan jaminan dan layanan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Restoran A&W Maspion Square Surabaya. Berdasarkan pada hasil penelitian pada Restoran A&W Maspion Square, maka dapat disimpulkan bahwa Nilai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Restoran A&W Maspion Square Surabaya adalah 82,98% artinya pelanggan merasa “sangat puas” . Untuk peningkatan kualitas layanan Restoran A&W Maspion Square Surabaya yang lebih optimal, pihak restoran harus segera memperbaiki atribut-atribut antara lain: ketepatan karyawan dalam menyajikan makanan & minuman, pelayanan cepat, karyawan sopan dan sepenuh hati, dan suasana ruangan yang nyaman.

Kata Kunci : Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian, Kepuasan

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze customer satisfaction with the quality of service provided by A&W Maspion Square Restaurant Surabaya and to find out what attributes are the advantages and disadvantages based on service quality using the Importance Performance Analysis (IPA) method. This type of research is descriptive quantitative.. The sampling technique in this study is the purposive sampling technique. Data Analysis Method uses Importance Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI) and to determine whether the quality of service, namely: tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy affect customer satisfaction A&W Maspion Square Restaurant Surabaya. Based on the results of research at A&W Maspion Square Restaurant, it can be concluded that the value of the level of customer satisfaction on the quality of service provided

by A&W Maspion Square Restaurant Surabaya is 82.98%, meaning that customers feel "very satisfied" . To improve the service quality of A&W Maspion Square Restaurant Surabaya which is more optimal, the restaurant must immediately improve the attributes, including: the accuracy of employees in serving food & drinks, fast service, polite and wholehearted employees, and a comfortable room atmosphere.

Keywords: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy, Consumer Satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Berdasarkan tulisan Redjasa (2015) dengan semakin banyaknya menu produk yang ditawarkan maka semakin ketat pula persaingan yang terjadi di dunia usaha makanan cepat saji. Kondisi ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan perusahaan agar tetap bisa bersaing di pasar. Setiap perusahaan dituntut untuk mengikuti perubahan keinginan konsumen secara terus menerus. Seperti dalam penelitian Nurochmah (2018) kunci dari keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian kualitas layanan yang tinggi, dan pada gilirannya akan berakibat pada kepuasan pelanggan.

Beberapa alasan restaurant fast food di Indonesia digemari banyak masyarakat adalah pertama pada umumnya makanan yang biasanya dibuat di rumah membutuhkan proses yang menghabiskan waktu cukup lama untuk membuatnya. Seiring berkembangnya zaman manusia dituntut untuk serba cepat dalam melakukan aktivitas sehari – hari yang bisa kita korelasikan dengan proses penyajian yang cepat. Kedua, Dilihat dari sisi lain restaurant fast food juga menawarkan berbagai macam pilihan variasi rasa sehingga konsumen tidak jenuh. Dan restaurant fast food juga mudah untuk ditemukan, memiliki rasa yang enak dan makanan yang bernutrisi. Jenis perusahaan yang cukup menarik untuk dianalisis adalah perusahaan yang bekerja dibidang restaurant fast food (cepat saji).

Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi pokok tergantung pada konteksnya. Ada beberapa dimensi atau faktor yang digunakan konsumen atau pengguna jasa dalam menentukan kualitas pelayanan, menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam penelitiannya Tjiptono (2012) menyatakan bahwa ada lima dimensi pokok yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu: layanan bukti fisik, layanan kehandalan, layanan tanggapan, layanan jaminan dan layanan empati

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Restoran A&W Maspion Square Surabaya. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pengunjung yang selalu ramai serta lokasi yang strategis ditengah- tengah perkotaan , dekat dengan sekolah, perkantoran, dan perumahan. Sehingga para masyarakat lebih mudah dalam menjangkau gerai tersebut Penelitian ini membahas kualitas pelayanan serta tingkat kepuasan pelanggan Restoran A&W Maspion Square Surabaya.

Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada MGR dan Staff Restoran A&W Maspion Square Surabaya , Restoran A&W saat ini mengalami penurunan jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya . Menurut MGR nya sendiri penurunan terjadi dipicu oleh beberapa factor, diantaranya : Akibat adanya pandemi COVID 19, Adanya feedback dari customer , complain yang dirasakan customer saat makan di Restoran, Banyaknya bermunculan restoran Fast food, Ketatnya Persaingan Bisnis, Kurangnya variasi pada produk, Pelayanan yang dianggap customer kurang.

Berdasarkan penjelasan diatas maka tujuan penelitian ini adalah menganalisis kualitas pelayanan untuk peningkatan kepuasan konsumen dengan metode ipa (importance performance analysis) dan customer index satisfaction (csi). (study kasus restaurant a&w maspion square surabaya)".

II. TINJAUAN PUSTAKA

JASA

Menurut Kotler, 2000 Jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salahsatu pihak ke pihak lain secara prinsip tidak berwujud dan tanpa menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun

Indikator Jasa

Jasa memiliki beberapa karakteristik, ada empat karakteristik utama jasa yang berpengaruh besar pada perencanaan program pemasaran yaitu (Kotler, 2001)

- a. Intangibility (tidak berwujud)
- b. Inseparability (tidak dapat dipisahkan)
- c. Variability (berubah-ubah / aneka ragam)
- d. Perishability (tidak tahan lama)

KEPUASAN KONSUMEN

Menurut kotler dan keller dalam donni juni priansah (2017) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Indikator kepuasan konsumen menurut rondonuwu dan komalig dalam jurnal purnomo edwin setyo (2017). Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan konsumen, yaitu :

- a. Terpenuhinya harapan konsumen
- b. Sikap atau keinginan menggunakan produk
- c. Merekomendasikan kepada pihak lain
- d. Kualitas layanan
- e. Loyal
- f. Reputasi yang baik
- g. Lokasi

KUALITAS PELAYANAN

Definisi dari nasution (2004), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Uraian tersebut maka bisa ditarik kesimpulan bahwa definisi kualitas pelayanan adalah rangkaian kegiatan unggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan dari keseluruhan karakteristik produk. kualitas pelayanan yang meliputi lima dimensi (Zeithaml dalam Fandy Tjiptono,2006) yaitu :

- a). *Tangible* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik restoran dan keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh restoran. Yang termasuk kategori tangibles ialah:
 1. lokasi,
 2. penampilan karyawan
 3. fasilitas
 4. peralatan makan yang disediakan.

- b). *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpati dan akurasi yang tinggi. Yang termasuk dalam indikator keandalan ialah
 - 1. ketepatan,
 - 2. kecepatan,
 - 3. keramahan
 - 4. kenyamanan yang diberikan oleh pihak perusahaan.
- c). *Reponsiveness* (daya tanggap) yaitu kemampuan pihak perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada para pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Yang termasuk dalam indikator daya tanggap ialah
 - 1. cara penanganan keluhan
 - 2. pengetahuan karyawan
 - 3. seberapa besar kemauan karyawan dalam memberikan pelayanan yang baik.
- d). *Assurance* (jaminan) adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan pihak restoran untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan terhadap perusahaan yang menawarkan paket wisata tersebut. Yang termasuk dalam indikator jaminan ialah
 - 1. kejujuran
 - 2. kesopanan karyawan restoran
 - 3. pemahaman karyawan mengenai menu apa saja yang disediakan di restoran tersebut.
- e). *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu restoran diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik. Yang termasuk dalam indikator empathy ialah
 - 1. komunikasi yang baik antara pihak restoran dengan konsumen,
 - 2. pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen
 - 3. perhatian yang baik kepada setiap konsumen tanpa harus membedakan konsumen yang datang.

CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

Simamora (2004) menyatakan Customer Satisfaction Index adalah metode yang menggunakan indeks untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut- atribut tertentu. Atribut yang diukur dapat berbeda untuk masing-masing Industri, bahkan untuk masing- masing perusahaan. Hal ini tergantung pada kebutuhan informasi yang didapatkan perusahaan terhadap konsumen. Dalam mengukur index kepuasan ada 4 cara diantaranya sebagai berikut:

- 1. Menentukan Mean Importance Score (MIS). Nilai ini berasal dari rata-rata kepentingan tiapkonsumen
- 2. Membuat Weight Factor (WF). Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.
- 3. Membuat skor Weight Score (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (Mean Satisfaction Score = MSS)
- 4. Menentukan Consumer Satisfaction Index (CSI)

IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

Simamora (2004) mengatakan Importance Performance Analysis (IPA) adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengukur atribut-atribut atau dimensi-dimensi dari tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang diharapkan konsumen dan sangat berguna bagi pengembangan program strategi pemasaran yang efektif. Hasil analisis ini dapat dijadikan dasar bagi pihak manajemen dalam pengambilan keputusan apa yang seharusnya dilakukan untuk memperbaiki kinerja perusahaan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Importance performance analysis (IPA) bertujuan untuk mengetahui keadaan masing-masing variabel dari faktor-faktor kepuasan. Ditinjau dari segi kepentingan dan kinerja. Selanjutnya untuk penilaian kinerja terhadap variabel-variabel dan faktor kepuasan yang ditunjukkan dengan tanda huruf Y, sedangkan untuk penilaian faktor kepentingan ditunjukkan dengan huruf X, Untuk memenuhi tujuan tersebut, maka langkah-langkah yang harus ditempuh sebagai berikut:

1. Sebagai indikator skala ukuran kuantitatif untuk tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan dan tingkat kinerja secara nyata dari suatu produk dinyatakan dalam bentuk tanggapan konsumen terhadap kepuasan berupa skala Likert.
2. Selanjutnya dilakukan pembagian jumlah bobot dengan banyaknya responden, hasilnya berupa rata-rata bobot (X) untuk kinerja dan rata-rata bobot (Y) untuk kepentingan.
3. Membuat diagram kartesius yang merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah baris yang berpotongan tegak lurus dengan titik (X,Y), Melalui konsep tingkat kepentingan pelanggan diharapkan kita dapat lebih jelas mengetahui pentingnya kualitas pelayanan bagi pelanggan.
4. Sebagai indikator skala ukuran kuantitatif untuk kepentingan menurut persepsi pelanggan dan tingkat pelaksanaan atau kinerja secara nyata dari suatu produk yang dinyatakan dalam bentuk tanggapan konsumen terhadap kepuasan digunakan skala Likert. Sehingga dapat diketahui :



Sumber : Ijiptono (2011)

III. METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian Deskriptif Kuantitatif. Deskriptif Kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, atau meringkaskan berbagai kondisi, situasi, fenomena, atau berbagai variabel penelitian menurut kejadian sebagaimana adanya yang dapat dipotret, diwawancara, diobservasi, serta dapat diungkapkan melalui bahan-bahan dokumenter. Bungin (2015)

Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2007) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti, dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung & membeli makanan ke Restoran A&W Maspion Square berjumlah 1.200 orang yang diambil dari data 2 bulan terakhir yaitu bulan November dan Desember di tahun 2020.

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiono (2011). Artinya Sampel adalah sebagian dari populasi yang hendak diselidiki, yang bisa mewakili keseluruhan dari populasi itu sendiri, yang jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian konsumen yang berkunjung pada Restoran A&W Maspion Square Surabaya. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Purposive Sampling*. Purposive Sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2015). Adapun kriteria pengambilan sampel yaitu:

1. Responden yang berumur 17 tahun ke atas
2. Responden yang telah Membeli ke Restoran A&W Maspion Surabaya pada bulan November dan Desember 2020. Pengambilan sampel penelitian berdasarkan pada pendekatan rumus Slovin menurut sugiono (2011). yaitu dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = kelonggaran ketiak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir yaitu 10% atau 0.1. dalam rumus slovin tingkat kesalahan 10% masih bisa digunakan

$$n = \frac{N}{Ne^2 + 1}$$

$$n = \frac{1.200}{1.200 (0.1)^2 + 1}$$

$$n = 92,3$$

Dari perhitungan tersebut, jumlah minimal sampel yang diambil adalah 92,3 sampel yang mewakili populasi yang ada yang kemudian dibulatkan menjadi 100 sampel. Pengambilan sampel dengan menyebar kuesioner berjumlah 100. Penyebaran tahap satu, dua sejumlah 30 kuesioner dan tahap ke tiga berjumlah 40. yaitu sejumlah maka penulis mengambil sampel sebanyak 100

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Teknik dalam pengumpulan data ini adalah dengan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Duwi Priyatno (2011) Reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Tujuan dari uji reabilitas adalah untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner, sehingga saat diberikan berulang akan mendapatkan hasil yang konsisten. Uji reabilitas menggunakan program SPSS versi 25.

Variabel dan Pengukurannya

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan dan memiliki variasi tertentu yang akan ditentukan peneliti untuk dipelajari kemudian diambil kesimpulannya dari kegiatan penelitian. Variabel dapat bervariasi serta memiliki lebih dari satu nilai yang berbeda Sugiyono (2015). Berikut ini disajikan ringkasan dari variabel penelitian dan indikator yang akan digunakan untuk pembuatan kuesioner

	Variabel	Indikator
	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) X1	Penampilan karyawan rapi dan bersih
		Lokasi mudah ditemui.
		Tersedia fasilitas modern
		Peralatan yang bersih.
	Keandalan (<i>Reliability</i>) X2	Ketepatan karyawan dalam menyajikan.
		Pelayanan yang diberikan cepat.
		Karyawan melayani dengan sopan.
		Suasana di restoran nyaman.
	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) X3	Kemampuan dalam mengatasi keluhan
		Memiliki pengetahuan terhadap menu yang dipesan.
		Memberi kesungguhan dalam merespon pesanan.
	Jaminan (<i>Assurance</i>) X4	Karyawan jujur.
		Kesopanan dan keramahan karyawan.
		Memiliki pengetahuan yang baik mengenai apa saja yang diberikan di restoran
	Perhatian (<i>Empathy</i>) X5	Komunikasi yang baik.
		Kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan
		Memberikan pelayanan sama tanpa membedakan status

Sumber : Zeithaml dalam Fandy Tjiptono,2006

Jenis, Sumber dan Tehnik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian menggunakan data primer dan sekunder. Sumber data primer berasal dari penyebaran kuesioner kepada responden. Dan sumber data sekunder berasal dari perusahaan. Metode penyebaran data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Sedangkan data sekunder dengan metode dokumentasi.

Analisa Data

Hasil data dari penyebaran kuesioner kemudian diolah untuk memperoleh hasil CSI. Menurut Stratford Sopian (2006), metode CSI meliputi tahap-tahap sebagai berikut :

1. Menghitung Weighting Factor (WF), yaitu mengubah nilai kepentingan menjadi angkapersentase dari total nilai modus tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji, sehingga diperoleh total WF 100%.
2. Menghitung Weighted Score (WS), yaitu perkalian antara nilai modus tingkat kinerja masing-masing atribut dengan WF masing-masing.
3. Menghitung Weighted Total (WT), yaitu menjumlahkan WS dari semua atribut.
4. Menghitung Satisfaction Index yaitu WT dibagi skala maksimal yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimal adalah 5 kemudian dikalikan 100%.

Kriteria index kepuasan menggunakan kisaran 0,00 hingga 1,00 (tidak puas hingga sangat puas) yang dapat dilihat pada table berikut :

Nilai CSI	Kriteria CSI
81,00-100,00	Sangat Puas
66,00-80,99	Puas
51,00-65,99	Cukup Puas
35,00-50,99	Kurang Puas
0,00-34,99	Tidak Puas

Sumber : Irawan (2004)

Pengolahan data dengan metode IPA . Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antar skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala prioritas yang akan dipakai dalam penanganan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen A&W Maspion Square.

Pada penelitian ini terdiri dari 2 buah variable yang mewakili oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja/realita perusahaan yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan/ekspektasi pelanggan. Rumus yang digunakan ialah

$$\text{Dengan : } Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \%$$

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja/realita Perusahaan

Y_i = Skor penilaian kepentingan/ekspektasi pelanggan Pada sumbu (Y) diisi dengan skor tingkat kepentingan/ekspektasi, dan pada sumbu mendatar (X) akan diisi dengan skor tingkat pelaksanaan/realita. maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah dengan

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

X = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/realita
 Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan /ekspektasi
 n= Jumlah responden

Diagram Kartesius merupakan suatu bangunan atas empat bagian yang batasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y). Dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen dari sebuah faktor atribut dan Y adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.Seluruhnya ada K faktor. Rumus berikutnya yang digunakan adalah

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

K = Banyaknya faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Selanjutnya, unsur – unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian dalam diagram kartesius yang terbagi menjadi empat kuadran yang masing-masing menjelaskan keadaan yang berbeda. Hal ini bertujuan untuk mengetahui atribut – atribut yang berada di kuadran I, II, III dan IV sebagaimana dalam gambar berikut ini.



Sumber : Tjiptono (2011)

1. Kuadran 1 (Prioritas Utama)

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk berada pada tingkat tinggi, tetapi jika di lihat dari kepuasannya, konsumen merasakan tingkat yang rendah, sehingga konsumen menuntut adanya perbaikan atribut tersebut.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk berada pada tingkat tinggi, dan dilihat dari kepuasannya, konsumen merasakan tingkat yang tinggi juga.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasan konsumen cukup baik. Namun, konsumen mengabaikan atribut-atribut yang terletak pada posisi ini.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasannya, konsumen merasa sangat puas.

IV. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Valid karena dari kuesioner yang telah disebar kepada responden menunjukkan jika rhtung lebih besar dari rtabel. Pada penelitian ini menggunakan tehnik *Corrected Correlation* menggunakan program aplikasi SPSS versi 25. Untuk hasil reliabilitas dari pernyataan yang sudah disebar kepada customer restoran adalah 0.197. sehingga pernyataan yang digunakan menunjukkan *reliable*.

Correlations

		PK15	PK16	PK17	TOT_Kepu
PK15	Pearson Correlation	1	.595*	.451*	.633**
	Sig. (2-tailed)		*	*	.000
	N	100	.000 100	.000 100	100
PK16	Pearson Correlation	.595**	1	.465*	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000		*	.000
	N	100	100	.000 100	100
PK17	Pearson Correlation	.451**	.465*	1	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	*		.000
	N	100	.000 100	100	100
TOT_Kepu	Pearson Correlation	.633**	.682*	.627*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	*	*	
	N	100	.000 100	.000 100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : hasil analisa data

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber : hasil analisa data

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	17

Sumber : hasil analisa data

CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)

Hasil analisa data untuk kepentingan, kepuasan serta GAP dari customer pada restoran A&W Maspion Square Surabaya. Didapatkan hasil tabel berikut ini :

KEPENTINGAN

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P1	100	3.00	5.00	4.1300	.46395
P2	100	3.00	5.00	4.3900	.58422
P3	100	3.00	5.00	4.4100	.57022
P4	100	3.00	5.00	4.5200	.57700
P5	100	3.00	5.00	4.4900	.57726
P6	100	3.00	5.00	4.5300	.57656
P7	100	3.00	5.00	4.4600	.55814
P8	100	3.00	5.00	4.4700	.57656
P9	100	3.00	5.00	4.1700	.47258
P10	100	3.00	5.00	4.4600	.59323
P11	100	3.00	5.00	4.4100	.53362
P12	100	3.00	5.00	4.2100	.51825
P13	100	3.00	5.00	4.3700	.56237
P14	100	3.00	5.00	4.4800	.54086
P15	100	3.00	5.00	4.1300	.46395
P16	100	3.00	5.00	4.4100	.58767
P17	100	3.00	5.00	4.4900	.57726
Valid N (listwise)	100				

Sumber : hasil analisa data

KEPUASAN**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK1	100	3.00	5.00	4.1400	.71095
PK2	100	3.00	5.00	4.3700	.66142
PK3	100	3.00	5.00	4.3800	.66332
PK4	100	3.00	5.00	4.4200	.66939
PK5	100	3.00	5.00	3.6400	.61167
PK6	100	2.00	5.00	3.6200	.58223
PK7	100	3.00	5.00	3.8700	.52522
PK8	100	3.00	5.00	3.9900	.59450
PK9	100	3.00	5.00	4.0500	.71598
PK10	100	2.00	5.00	4.2900	.75605
PK11	100	3.00	5.00	4.3900	.69479
PK12	100	3.00	5.00	4.1400	.66697
PK13	100	3.00	5.00	4.2300	.67950
PK14	100	3.00	5.00	4.2900	.68601
PK15	100	3.00	5.00	3.9900	.68895
PK16	100	3.00	5.00	4.3200	.72307
PK17	100	3.00	5.00	4.4000	.69631
Valid N (listwise)	100				

Sumber : hasil analisa data

Kode	Atribut	Mean Importance Score (MIS)	Weight Factors (WF)	Mean Satisfaction Score (MSS)	Weight Score (WS)
P1	Lokasi Restoran terjangkau	4.13	0.055	4.14	0.229
P2	Penampilan karyawan rapi dan bersih	4.39	0.059	4.37	0.257
P3	Tersedianya fasilitas yang modern	4.41	0.059	4.38	0.259
P4	Peralatan makan bersih dan higienis	4.52	0.061	4.42	0.268
P5	Ketepatan karyawan dalam menyajikan makanan & minuman	4.49	0.060	3.64	0.219
P6	Pelayanan cepat	4.53	0.061	3.62	0.220
P7	Karyawan sopan dan sepenuh hati	4.46	0.060	3.87	0.232
P8	Suasana ruangan nyaman	4.47	0.060	3.99	0.239
P9	Karyawan mampu mengatasi keluhan	4.17	0.056	4.05	0.227
P10	Karyawan memiliki pengetahuan thp menu	4.46	0.060	4.29	0.257
P11	Karyawan bersungguh-sungguh dalam	4.41	0.059	4.39	0.260

Kode	Atribut	Mean	Weight	Mean	Weight
	merespon pesanan pelanggan				
P12	Karyawan jujur	4.21	0.056	4.14	0.234
P13	Karyawan sopan dan ramah	4.37	0.059	4.23	0.248
P14	Karyawan memiliki pengetahuan baik	4.48	0.060	4.29	0.258
P15	Komunikasi baik	4.13	0.055	3.99	0.221
P16	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	4.41	0.059	4.32	0.256
P17	Karyawan memberikan pelayanan tanpa memandang status	4.49	0.060	4.40	0.265
Total		74.53			4.149
CSI					82.978

Sumber : hasil analisa data

$$\begin{aligned} \text{Indeks Kepuasan Pelanggan} &= (\text{Total WS : skala maksimum}) \times 100\% \\ &= (4.149 : 5) \times 100\% \\ &= 82.98\% \end{aligned}$$

Analisis kepuasan konsumen secara keseluruhan dilakukan dengan menghitung nilai Customer Satisfaction Index (CSI). Nilai CSI diperoleh dengan membagi Weighted Average (Penjumlahan seluruh Weighted Score) dengan skala maksimum (skala lima) yang digunakan dalam penelitian ini. Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpretasi indeks adalah skala 0 sampai skala 1. Berdasarkan dari hitungan indeks kepuasan pelanggan, nilai CSI Restoran A&W Maspion Square mendapatkan skor sebesar 82,98% yang berada pada rentang 81 – 100 berada pada kriteria “sangat puas”. Meskipun demikian dengan berkembangnya banyaknya perusahaan restoran, maka pihak Restoran A&W Maspion harus tetap mempertahankan dan meningkatkan lagi, Supaya mendekati nilai 100 %.

Analisis GAP

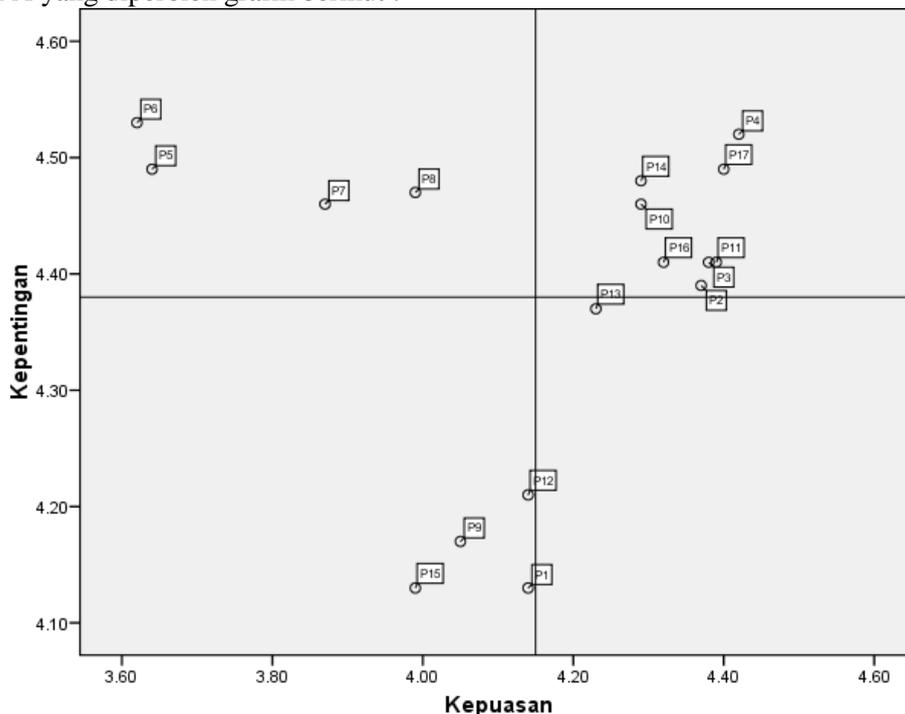
Pernyataan	Atribut	Nilai Rata-rata		Selisih
		Kepentingan	Kepuasan	
P5	Ketepatan karyawan dalam menyajikan menu makanan	4.49	3.64	0.85
P6	Pelayanan cepat	4.53	3.62	0.91
P7	Karyawan sopan	4.46	3.87	0.59
P8	Suasana ruangan nyaman	4.47	3.99	0.48
P2	Penampilan karyawan rapi	4.39	4.37	0.02
P3	Tersedianya fasilitas yang modern	4.41	4.38	0.03
P4	Peralatan makan bersih dan higienis	4.52	4.42	0.10
P10	Karyawan memiliki pengetahuan thp menu	4.46	4.29	0.17
P11	Karyawan bersungguh-sungguh dalam merespon pesanan pelanggan	4.41	4.39	0.02
P14	memiliki pengetahuan baik	4.48	4.29	0.19

P16	Memahami kebutuhan pelanggan	4.41	4.32	0.09
P17	memberikan pelayanan tanpa memandang status	4.49	4.40	0.09
P1	Lokasi Restoran terjangkau	4.13	4.14	0.01
P9	Karyawan mampu mengatasi keluhan	4.17	4.05	0.12
P12	Karyawan jujur	4.21	4.14	0.07
P15	Komunikasi baik	4.13	3.99	0.14
P13	Karyawan sopan dan ramah	4.37	4.23	0.14

Sumber : hasil analisis data

Besar kecilnya skor kesenjangan dilihat dari rata-rata selisih antara kepuasan pelanggan dengan tingkat kepentingan restoran. Semakin besar skor kesenjangan maka variabel atau dimensi tersebut semakin diprioritaskan untuk diperbaiki. Dan yang sangat perlu tindakan perbaikkan di Restoran A&W Maspion square adalah yaitu dalam kode P5, P6, P7 dan P8. Yaitu pada kualitas pelayanan Reability (Keandalan), karena memiliki selisih GAP yang besar.

Selanjutnya nilai kesenjangan antara CSI harapan dan CSI kepentingan diintegrasikan ke dalam analisa IPA yang diperoleh grafik berikut :



Sumber : hasil analisa data

Diagram Kartesius diatas dapat dilihat bahwa hasil analisa kesenjangan (gap) antara kepentingan dan kepuasan per atribut dapat dibagi menjadi empat kuadran yaitu :

1. KUADRAN 1 (PRIORITAS UTAMA)

Pernyataan yang di plotting ke dalam kuadran ini harus mendapatkan perhatian lebih atau harus diperbaiki oleh pihak Restoran A&W Maspion Square Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasakan ketidakpuasan terhadap atribut atau dimensi layanan yang telah diberikan, sehingga perlu adanya perbaikan pada atribut tersebut perlu diprioritaskan. Pernyataan yang berada pada kuadran ini antara lain

- a. Ketepatan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman sesuai dengan pesanan (P5)
- b. Pelayanan pesanan diberikan dengan cepat (P6)

- c. Karyawan memberi pelayanan dengan sopan dan sepenuh hati (P7)
- d. Suasana ruangan yang nyaman (P8)

2. KUADRAN 2 (PERTAHANKAN PRESTASI)

Dimana pada kuadran ini memiliki tingkat skor yang paling tinggi baik dari segi tingkat kepentingan pelanggan dan tingkat kinerjanya, sehingga atribut yang berada pada kuadran II dapat dikatakan aman dan harus dipertahankan kinerjanya oleh pihak dari Restoran A&W Maspion Square Surabaya. pernyataan yang berada pada kuadran II antara lain :

- a. Penampilan karyawan rapi dan bersih (P2)
- b. Tersedianya fasilitas (wastafel, play land, AC, meja kursi) yang modern (P3)
- c. Peralatan makan yang disediakan bersih dan higienis (P4)
- d. Karyawan memiliki kemampuan pengetahuan terhadap menu yang di pesan (P10)
- e. Karyawan memberikan kesungguhan dalam merespon pesanan pelanggan (P11)
- f. Karyawan memiliki pengetahuan baik mengenai apa saja yang diberikan didalam restoran (P14)
- g. Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan (P16)
- h. Karyawan memberikan pelayanan secara sama tanpa memandang status (P17)

3. KUADRAN III

Kuadran III adalah “Prioritas Rendah”, dimana atribut ini dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Bagi pihak restoran A&W Maspion Square Surabaya sebaiknya perlu dipertimbangkan lagi pada atribut ini karena atribut yang masuk pada kuadran ini dianggap kurang penting dan kurang memuaskan bagi pelanggan Restoran A&W. Atribut yang di plotting ke dalam kuadran ini antara lain

1. Lokasi Restoran yang terjangkau dan mudah untuk ditemukan (P1)
2. Kemampuan karyawan dalam mengatasi keluhan dari pelanggan (P9)
3. Karyawan jujur (akurat dalam penanganan uang saat transaksi & menu yang dipesan sesuai dengan struk) (P12)
4. Komunikasi yang baik diberikan oleh pihak restoran dan karyawan dalam melayani pelanggan (P15)

4. KUADRAN IV

“Berlebihan”, ini menunjukkan bahwa atribut pada kuadran ini dinilai memiliki tingkat kepentingan yang rendah namun tingkat kinerja yang diberikan tinggi. Dianggap kurang penting tetapi pelayanan yang diberikan sangat memuaskan 100 konsumen di Restoran A&W Maspion Square. Atribut yang di plotting kuadran ini antara lain

1. P13, yaitu kesopanan dan keramahan karyawan terhadap pelanggan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan pada Restoran A&W Maspion Square, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

- a. Nilai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di Restoran A&W Maspion square adalah sebesar 82,98% yang artinya pelanggan merasa “sangat puas” atas kinerja pelayanan.
- b. Untuk peningkatan kualitas layanan di restoran A&W Maspion Square yang lebih optimal, pihak Restoran harus segera memperbaiki atribut-atribut antara lain :
 - i. Ketepatan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman sesuai dengan pesanan (P5)

- ii. Pelayanan pesanan diberikan dengan cepat (P6)
- iii. Karyawan memberi pelayanan dengan sopan dan sepenuh hati (P7)
- iv. Suasana ruangan yang nyaman (P8)
- v. Karyawan memiliki kemampuan yang baik. (P14)
- c. Atribut yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan diantaranya :
 - i. Ketepatan karyawan dalam menyajikan makanan dan minuman sesuai dengan pesanan(P5)
 - ii. Pelayanan pesanan diberikan dengan cepat (P6)
 - iii. Karyawan memberi pelayanan dengan sopan dan sepenuh hati (P7)
 - iv. Suasana ruangan yang nyaman. (P8)
 - v. Dan atribut-atribut yang harus dipertahankan sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan Restoran A&W Maspion Square Surabaya diantaranya :
- d. Penampilan karyawan rapi dan bersih (P2)
- e. Tersedianya fasilitas (wastafel, play land, AC, meja kursi) yang modern (P3)
- f. Peralatan makan yang disediakan bersih dan higienis (P4)
- g. Karyawan memiliki kemampuan pengetahuan terhadap menu yang di pesan (P10)
- h. Karyawan memberikan kesungguhan dalam merespon pesanan pelanggan (P11)
- i. Karyawan memiliki pengetahuan baik mengenai apa saja yang diberikan didalam restoran (P14)
- j. Kemampuan karyawan dalam memahami kebutuhan pelanggan (P16)
- k. Karyawan memberikan pelayanan secara sama tanpa memandang status (P17)

Saran

Berdasarkan pada hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat peneliti kemukakan beberapa saran yang diharapkan berguna bagi Restoran A&W atau pihak-pihak yang bersangkutan dalam hal ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Ada beberapa atribut harus ditingkatkan yang memiliki selisih GAP / kesenjangan paling tinggi dijadikan saran untuk peningkatan kualitas pelayanan Restoran A&W di masa yang akan datang.
2. Pelaksanaan upaya perbaikan harus dipantau dan dievaluasi agar kepuasan pelanggan benar-benar terpenuhi.
3. Tetap mempertahankan atribut-atribut yang dianggap sudah memuaskan pelanggan sehingga Restoran A&W Maspion akan lebih fokus untuk meningkatkan pelayanan yang dianggap kurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. 2011. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Duwi, P. 2011. *SPSS, Analisis Statistic Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, Yogyakarta: Medikom.
- Effendi, R., Umri, M. 2018. Analisis Perhitungan Harga Pokok Produksi Berdasarkan Sistem Activity Based Costing Pada PT.Fastfood Indonesia Cabang KFC Plaju Palembang. *Jurnal Kompetitif*, (Online), 7(1) : 59-68

- Firdaus.2020. Aplikasi Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) untuk Analisa Peningkatan Kualitas Pelayanan Berdasarkan Persepsi Pengguna Moda Transportasi Bus AKDP dan AKAP pada Terminal Type B (Studi Kasus pada Terminal Caruban – Kabupaten Madiun) . *Develop*,(online), 4(1) : 63-84.
- Gandhy, A. (2018). Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dunkin donuts Gading Serpong. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 2(2), 135-146.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Delapan). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herdiansyah, Haris. 2010 . *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Social*.SelembaHumanika. Jakarta
- Indrasari, N. 2017.*Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yes Delivery Di Plosokandang Tulungagung*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI.
- Nasution. 2004. *Pembelajaran Quantum Learning*. Bandung: Aglesindo.
- Nurochmah, A. 2018. *Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Nyonyawardah.com: Studi Pada Pelanggan Toko Online Nyonyawardah.com di Kota Bandung*. Digital Library Sunan Gunung Jati, (Online), 1 (1) : 1-10
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. 1988. SERVQUAL: A Multiple-item Scale For Measuring Customer Perception Of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 64.
- Pratiwi,H.S., & Santoso,B. 2020. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di Viva Beauty Center dengan metode Customer Sati Satisfaction Index (CSI)
- dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Manajemen Industri dan Teknologi*, (online), 1(6) : 145-156
- Putro, S.W., Samuel.H ., Karina.R., & Brahmana. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen. Pemasaran*,(Online), 2(1) : 1-9.
- Redjasa, I.K. 2015. Strategi Pelayanan Prima Sebagai Upaya Memenangkan Persaingan Bisnis pada Restoran Masa Ini di Era Pasar Bebas. Jurnal Sosial dan Humaniora. (online), 5 (1): 34-41.*
- Rusmadi. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Bisnis Moder. Syntax Literate: *Jurnal Ilmiah Indonesia*, (online), 1(4): 69-78.
- Sadyasmara. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Dan Pelayanan Mangsi Grill And Cofee Denpasar,*Jurnal rekayasa dan manajemen agro industri*, 7 (3),336-346

- Selvakumar, J. 2015 Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Public Sector and Private Sector Banks. *Journal SMS Varanasi*.8 (1), 1-12
- Senja, A. *Daftar Restoran di Indonesia yang Paling Diminati Masyarakat*.(<https://travel.kompas.com>), (Online), diakses tanggal 10 november 2020.
- Simamora, 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen* . PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta Siyamto, Y. Kualitas Pelayanan Bank dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. (online), 3(1) : 63-76.
- Sugiyono. 2015. *Statistik Nonparametris Untuk Penelitian*. Book. Bandung: CV. Alfabeta. Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi Offset.
- Winarno, Heru dan Absor. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan dengan metode Service Quaity (SERQUAL) dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada PT. Media PurnaEngineering. *Jurnal Manajemen Industri Logistik*, 1(2), 67-77.