

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA PONDOK IKAN DAN AYAM BAKAR BUDE NETI DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada Program Studi Teknik Industri

Oleh:

RANDY WIRYA SANDY
NIM 11652100208



FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2023

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Lampiran Surat
Nomor
Tanggal

:
: Nomor 25/2023
: 12 Januari 2023

SURAT PERNYATAAN

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Randy Wirya Sandy
 NIM : 11652100208
 Tempat/Tanggal Lahir : Perawang, 10 Oktober 1998
 Fakultas : Sains dan Teknologi
 Prodi : Teknik Industri
 Judul Skripsi : Analisa Kepuasan Konsumen Pada Pondok Ikan Dan Ayam Bakar Bude Neti Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri
2. Semua kutipan sudah disebutkan sumbernya
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas plagiat
4. Apabila dikemudian hari ditemukan plagiat pada skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai perundang-undangan
5. Dengan demikian surat ini sayadengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 12 Januari 2023
Yang membuat pernyataan,



Randy Wirya Sandy
NIM 11652100208

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA PONDOK IKAN DAN AYAM BAKAR BUDE NETI DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

TUGAS AKHIR

RANDY WIRYA SANDY

NIM 11652100208

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 12 Januari 2023

Pembimbing I

Ismu Kusumanto, S.T., M.T
NIP. 19730412 200710 1 002

Pembimbing II

Muhammad Rizki, M.T., M.B.A
NIP. 19870708 201903 1 014

Ketua Jurusan

Misra Hartati, S.T., M.T
NIP. 19820527 201503 2 002

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA PONDOK IKAN DAN AYAM BAKAR BUDE NETI DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

TUGAS AKHIR

oleh:

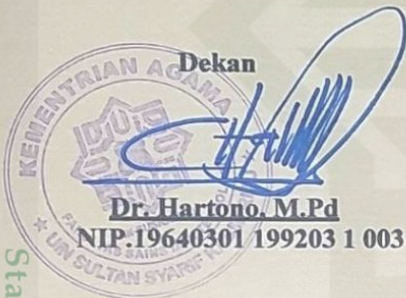
RANDY WIRYA SANDY
NIM 11652100208

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 12 Januari 2023

Pekanbaru, 12 Januari 2023

Mengesahkan,

Ketua Jurusan



Dekan

Dr. Hartono, M.Pd

NIP.19640301 199203 1 003

Misra Harati, S.T., M.T

NIP.19820527 201503 2 002

DEWAN PENGUJI

Ketua : Suherman, S.T., M.T

Sekretaris I : Ismu Kusumanto, S.T., M.T

Sekretaris II : Muhammad Rizki, M.T., M.B.A

Anggota I : Muhammad Nur, S.T., M.Si

Anggota II : Muhammad Ihsan Hamdy, S.T., M.T

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 12 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,

RANDY WIRYA SANDY

NIM. 11652100208

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah ayat: 5-6)

Segala puji dan syukur kupersembahkan bagi sang pengggangam langit dan bumi, dengan Rahmaan Rahiim yang menghampar melebihi luasnya angkasa raya. Dzat yang menganugerahkan kedamaian bagi jiwa-jiwa yang senantiasa merindu akan kemaha besarannya

Lantunan sholawat beriring salam penggugah hati dan jiwa, menjadi persembahan penuh kerinduan pada sang revolusioner Islam, pembangun peradaban manusia yang beradab Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam.

Tetes peluh yang membasahi asa, ketakutan yang memberatkan langkah, tangis keputusasaan yang sulit dibendung, dan kekecewaan yang pernah menghiasi hari-hari kini menjadi tangisan penuh kesyukuran dan kebahagiaan yang tumpah dalam sujud panjang. Alhamdulillah maha besar Allah, sembah sujud sedalam qalbu hamba haturkanatas karunia dan rizki yang melimpah, kebutuhan yang tercukupi, dan kehidupan yang layak.

Ku persembahkan.....

Kepada kedua orang tuaku, Ayahku yang bernama Pitoyo dan Ibuku yang bernama Neti yang selalu ada untukku berbagi, mendengar segala keluh kesahku serta selalu mendoakan anakmu ini dalam meraih impian dan cita-cita serta mendapat RidhoNya...

Pekanbaru, 12 Januari 2023

Randy Wirya Sandy

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA PONDOK IKAN DAN AYAM BAKAR BUDE NETI DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Randy Wirya Sandy
NIM: 11652100208

Tanggal Sidang : 12 Januari 2023
Tanggal Wisuda :

Jurusan Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas No.155 Pekanbaru

Abstrak

Pelayanan yang diberikan oleh Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti sudah berada dalam kondisi yang baik yaitu sebesar 50%, tetapi masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu ditingkatkan agar dapat mengurangi kekecewaan konsumen. Oleh sebab itu untuk dapat melakukan evaluasi maka diperlukan analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pondok ikan dan ayam bakar bude neti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa persepsi dan kepuasan konsumen terhadap pondok ikan dan ayam bakar bude Neti dan untuk merancang strategi peningkatan kepuasan konsumen terhadap pondok ikan dan ayam bakar bude Neti. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi yang dapat dilakukan dalam melakukan peningkatan pelayanan di pondok ikan dan ayam bakar bude neti adalah dengan memberikan pelatihan kepada karyawan agar dapat memberikan kualitas makanan yang sesuai dengan standar dari pondok ikan dan ayam bakar bude neti dan perlu dilakukannya pembersihan meja makan setelah konsumen selesai makan dan perlu dilakukan penyiraman air pada area depan pondok ikan dan ayam bakar bude neti agar dapat mengurangi debu yang bertebaran.

Kata Kunci: *Importance Performance Analysis*, Kepuasan Konsumen, dan Pelayanan



**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION IN BUDE NETI
FISH AND CHICKEN POTS USING IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS METHOD**

Randy Wirya Sandy
NIM: 11652100208

Date of Final Exam : 12 January 2023
Date of Graduation Ceremony :

*Industrial Engineering Department
Faculty of Science and Technologi
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
HR. Soebrantas No.155 Pekanbaru*

Abstract

The services provided by Pondok Ikan and Ayam Bakar Bude Neti are already in good condition, namely 50%, but there are still some deficiencies that need to be improved in order to reduce consumer disappointment. Therefore, in order to be able to carry out an evaluation, it is necessary to analyze consumer satisfaction with the services provided by the Pondok Ikan and Ayam Bakar Bude Neti. The purpose of this study was to analyze consumer perceptions and satisfaction of Pondok Ikan and Ayam Bakar Bude Neti and to design a strategy to increase consumer satisfaction with Pondok Ikan and Ayam Bakar Bude Neti. The results of this study are strategies that can be carried out in improving services at the Pondok Ikan and Ayam Bakar Bude Neti by providing training to employees so that they can provide quality food that is in accordance with the standards of the Pondok Ikan and Ayam Bakar Bude Neti and the need to clean the dining table. after the consumer has finished eating and it is necessary to sprinkle water on the front area of the bude neti grilled fish and chicken hut in order to reduce the dust that is scattered.

KeyWord: *Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis, and Service*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah Subhanahuwata'ala atas segala rahmat, karunia serta hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul **“Analisis Kepuasan Konsumen Pada Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis”** sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam.

Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Teknik di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Banyak sekali yang telah penulis peroleh berupa ilmu pengetahuan dan pengalaman selama menempuh pendidikan di Jurusan Teknik Industri.

Selanjutnya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Misra Hartati, S.T., M.T selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Suherman, S.T.,M.T selaku Pembimbing Akademik yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berguna sejak awal perkuliahan sampai saat Penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Ismu Kusumanto,S.T., M.T selaku pembimbing 1 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

6. Bapak Muhammad Rizki, M.T., M.BA selaku pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
7. Bapak Muhammad Nur, S.T., M.Si dan Bapak Muhammad Ihsan Hamdy, S.T., M.T selaku dosen penguji yang telah yang telah banyak membantu serta menyumbangkan ide-idenya guna untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini
8. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU, yang telah banyak memberikan ilmu dan diskusi-diskusi yang membangun selama proses menimba ilmu di bangku perkuliahan.
9. Keluarga besar Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan rekan-rekan Angkatan 2016 Jurusan Teknik Industri yang selalu memberikan dorongan semangat dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini jauh dari kesempurnaan karena sejatinya kesempurnaan itu milik Allah Subhanahuwata'ala, untuk itu dengan segala kerendahan hati, segala saran serta kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk pembelajaran dimasa mendatang.

Akhirnya, semoga Tugas Akhir ini dapat berguna dan memberikan hikmah dan ide bagi siapa saja yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 12 Januari 2023

Randy Wirya Sandy

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR RUMUS.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah	4
1.6 Posisi Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsumen	10
2.2 Kualitas Pelayanan	11


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3	Pengertian Kepuasan Konsumen	12
2.4	Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	14
2.5	Metode untuk Mengukur Kepuasan Konsumen	16
2.6	Metode IPA	17
2.7	Uji Validitas	21
2.8	Uji Reliabilitas	22
2.9	Populasi dan Sampel.....	22
2.9.1	Teknik Pengambilan Sampling.....	23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Studi Pendahuluan	27
3.2	Studi Literatur	27
3.3	Identifikasi Masalah	27
3.4	Rumusan Masalah Penelitian.....	28
3.5	Tujuan Penelitian.....	28
3.6	Pengumpulan Data.....	28
3.7	Pengolahan Data.....	29
3.8	Analisa	30
3.9	Kesimpulan dan Saran.....	30

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Pengumpulan Data.....	31
4.1.1	Profil Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti	31
4.1.2	Demografi Konsumen.....	31
4.2	Pengolahan Data	32
4.2.1	Uji Validitas.....	32
4.2.2	Uji Reliabilitas	35
4.2.3	Analisis Deskripsi Variabel	36
4.3	Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	48
4.3.1	Nilai Rata-Rata Pernyataan pada Variabel Kepentingan.....	48



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.3.2 Nilai Rata-Rata Pernyataan pada Variabel Kinerja	49
4.3.3 Hasil Perhitungan Menggunakan Metode IPA	51
4.3.4 <i>Fishbone Chart</i>	52

BAB V ANALISA

5.1 Analisa Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
5.2 Analisis Deskripsi Variabel	55
5.3 Analisis Perhitungan Metode IPA	57
5.4 Analisis <i>Fishbone Chart</i>	58

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	60
6.2 Saran	60

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Halaman

2.1	Matrik <i>Importance Performance</i>	19
3.1	Metodologi Penelitian.....	26
4.1	Metode IPA.....	51
4.2	<i>Fishbone</i> Kebersihan Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti ..	52
4.3	<i>Fishbone</i> Kualitas Makanan	53

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Rekapitulasi Kuesioner Pendahuluan	2
2.1	Posisi Penelitian	4
3.1	Atribut Pernyataan	29
4.1	Demografi Konsumen Berdasarkan Kelompok Usia	32
4.2	Hasil Pengujian Validitas pada Variabel Kepentingan.....	33
4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja	34
4.4	Uji Reliabilitas Variabel Kepentingan.....	35
4.5	Uji Reliabilitas Variabel Kinerja	35
4.6	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 1	36
4.7	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 2	37
4.8	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 3	38
4.9	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 4	38
4.10	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 5	39
4.11	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 6	40
4.12	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 7	41
4.13	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 8	42
4.14	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 9	42
4.15	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 10	43
4.16	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 11	44
4.17	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 12	45
4.18	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 13	46
4.19	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 14	46
4.20	Penilaian Reponden Terhadap Pernyataan 15	47
4.21	Nilai Rata-Rata Pada Pernyataan Variabel Kepentingan	48
4.22	Nilai Rata-Rata Pada Pernyataan Variabel Kinerja	49

DAFTAR RUMUS

Rumus	Halaman
2.1 Tingkat Kesesuaian Responden.....	20
2.2 Rata-Rata Kinerja X	20
2.3 Rata-Rata Kinerja Y	20
2.4 Rata-Rata Kepentingan X.....	20
2.5 Rata-Rata Kepentingan Y.....	20
2.6 Uji Normalitas	21
2.7 Uji Reliabilitas.....	22
2.8 Menentukan Sampel.....	24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang

Pertumbuhan perekonomian yang terus meningkat membuat banyak pembeli tidak hanya mengutamakan jenis dan harga produk. Tetapi juga pada kualitas pelayanan yang diberikan. Salah satu contoh dari dampak pertumbuhan ekonomi tersebut adalah rumah makan. Banyaknya pilihan rumah makan yang ada membuat persaingan antar rumah makan menjadi semakin meningkat. Setiap pemilik rumah makan dituntut dapat memberikan pelayanan terbaik agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih rumah makan. Oleh sebab itu berhasil atau tidaknya rumah makan dalam mempertahankan konsumennya tergantung kepada kepuasan konsumen yang datang berkunjung ke rumah makan tersebut. Untuk membuat persepsi konsumen dalam memilih rumah makan dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya pelayanan.

Pelayanan merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan pelayanan sesuai dengan aturan yang berlaku bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang dan jasa yang disediakan oleh penyedia layanan (Suandi, 2019). Dalam memberikan pelayanan penyedia layanan diharuskan memberikan dengan cara terbaik. Hal ini bertujuan agar penerima pelayanan dapat merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan kondisi menciptakan hubungan yang dinamis antara penyedia dan penerima layanan. Layanan tersebut dapat berupa barang dan jasa. Tujuan dari peningkatan kualitas pelayanan tersebut adalah agar tercapainya kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan.

Kepuasan konsumen adalah respon yang diberikan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan dengan kinerja actual yang dirasakan oleh konsumen (Iswari et al., 2015). Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang harus dicapai oleh penyedia layanan. Berdasarkan data yang didapat dari Dinas



Pariwisata Provinsi Riau jumlah rumah makan dan restoran yang ada di Kabupaten Siak adalah sebanyak 723 rumah makan dan restoran. Banyak nya jumlah tersebut membuat persaingan antar rumah makan menjadi semakin tinggi. Setiap rumah makan dan restoran harus saling bersaing dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Pemberian pelayanan terbaik bertujuan agar pengunjung yang datang menjadi semakin banyak dan keuntungan yang didapat menjadi lebih optimal. Salah satu penyedia layanan yang sedang melakukan peningkatan kepuasan konsumen adalah pondok ikan dan ayam bakar bude neti.

Pondok ikan dan ayam bakar Bude Neti merupakan sebuah rumah makan yang berlokasi di Jl. Lintas Siak- Sungai Pakning, Desa Belading Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak. Untuk dapat bersaing dengan setiap rumah makan dan restoran yang ada di kota Pekanbaru Pondok ikan dan ayam bakar bude Neti harus dapat memberikan pelayanan terbaik agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pondok ikan patin dan ayam bakar bude neti maka akan membuat konsumen menjadi puas dan datang berkunjung Kembali. Begitu pun sebaliknya, jika pelanggan tidak puas maka konsumen akan cenderung mengeluh dan tidak akan datang kembali. Berdasarkan penyebaran kuesioner yang dilakukan pada tanggal 20 Juni 2022 kepada 10 orang konsumen Pondok ikan dan ayam bakar bude neti. Hasil kuesioner dapat dilihat dalam Tabel 1.1

Tabel 1.1 Rekapitulasi hasil kuesioner pendahuluan.

No	Penyebab Ketidak Puasan	Sangat Buruk	Buruk	Sedang	Baik	Sangat Baik
1	Apakah Makanan datang sesuai dengan harapan konsumen?	0%	0%	20%	70%	10%
2	Apakah pelayanan yang diberikan ramah kepada konsumen?	0%	0%	20%	40%	40%
3	Apakah porsi makanan sudah sesuai dengan ekspektasi konsumen?	0%	0%	0%	60%	40%
4	Apakah harga sesuai dengan ekspektasi konsumen?	0%	0%	10%	50%	40%
5	Apakah pesanan yang datang sesuai dengan pesanan konsumen?	0%	0%	0%	30%	70%



Rata-Rata	0%	0%	10%	50%	40%
-----------	----	----	-----	-----	-----

(Sumber: Pengumpulan Data, 2022)

Berdasarkan Tabel 1.1 pelayanan yang diberikan oleh Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti sudah berada dalam kondisi yang baik yaitu sebesar 50%, tetapi masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu ditingkatkan agar dapat mengurangi kekecewaan konsumen. Oleh sebab itu untuk dapat melakukan evaluasi maka diperlukan analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pondok ikan dan ayam bakar bude neti. Salah satu metode yang digunakan dalam menganalisa kepuasan konsumen adalah Metode *Importance Performance Analysis*.

Metode *Importance Performance Analysis* adalah merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kepentingan merupakan seberapa penting atribut pelayanan perusahaan bagi konsumen, sedangkan tingkat pelaksanaan adalah kinerja yang dilakukan perusahaan (Purnomo & Riandadari, 2015).

Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin melakukan penelitian tentang Analisis kepuasan konsumen pada pondok ikan dan ayam bakar Bude Neti dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana menganalisis kepuasan konsumen pada pondok ikan dan ayam bakar Bude Neti dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa persepsi dan kepuasan konsumen terhadap pondok ikan dan ayam bakar bude Neti.
2. Untuk merancang strategi peningkatan kepuasan konsumen terhadap pondok ikan dan ayam bakar bude Neti.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan agar dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. **Bagi Peneliti**
Dapat mengimplementasikan penerapan Metode *Importance Performance Analysis*.
2. **Bagi Pemilik Usaha**
Dapat memberikan masukan dalam menentukan keputusan agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini difokuskan pada beberapa hal sebagai berikut:

1. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS*.
2. Pengolahan data dilakukan menggunakan *Microsoft Excel*.

1.6 Posisi Penelitian

Posisi penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Posisi Penelitian

No	Nama Penulis	Judul	Metode	Hasil
1	(Purnomo & Riandadari, 2015)	Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Bengkel dengan Menggunakan Metode IPA di PT Arina Parama Jaya Gresik	Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	Hasil dari penelitian dengan metode <i>Importance Performance Analysis</i> dari 23 atribut pelayanan bengkel Arina Motor didapat rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 94%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>				<p>pelayanan yang diberikan bengkel Arina Motor. Berdasarkan diagram kartesius terdapat 13 atribut pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen, masing-masing atribut tersebar dalam.</p>
<p>2</p>	<p>(Iswari et al., 2015)</p>	<p>Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Jasa Dengan Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i></p>	<p>Metode <i>Importance Performance Analysis</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tertinggi adalah atribut no.1 yaitu Warung Subak memiliki fasilitas ruang rapat, wifi, parkir, toilet dengan tingkat kesesuaian 98,3%. Tingkat kompatibilitas terendah adalah atribut no. 7 adalah Warung Subak melayani konsumen dengan cepat dalam waktu singkat dan segera dengan tingkat kesesuaian 80,1%. Kuadran A menunjukkan atribut-</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>				<p>atribut yang dianggap penting dan mendapat prioritas perusahaan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerjanya adalah atribut no.2 adalah Warung Subak memiliki lokasi yang strategis, atribut no.7 adalah Warung Subak melayani konsumen dengan cepat dalam waktu singkat. waktu dan segera dan atribut no.8 adalah pengolahan makanan dan minuman yang baik di Warung Subak</p>
<p>3</p>	<p>(Yola & Budianto, 2016)</p>	<p>Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Pada Supermarket dengan Menggunakan Metode <i>Importance</i></p>	<p>Metode <i>Importance Performance Analysis</i></p>	<p>Atribut yang terdapat dalam Kuadran A adalah atribut yang perlu diperhatikan oleh perusahaan untuk menjaga customernya agar tetap loyal berbelanja di perusahaannya. Pemilik bisnis ritel hendaknya menjadikan faktor-</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p>		<p><i>Performance Analysis</i></p>		<p>faktor yang terdapat pada kuadran A ini sebagai strategi untuk bersaing dengan bisnis ritel lainnya</p>
<p>4</p>	<p>(Khoiria & Anwar US, 2021)</p>	<p>Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi</p>	<p>Metode ServQual</p>	<p>Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian juga mendapatkan hasil bahwa para konsumen dinilai puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Warung Steak On You. Hal ini dapat menjadi evaluasi tentang efektifitas kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kata</p>
<p>5</p>	<p>Randy Wirya Sandi, 2022</p>	<p>analisis kepuasan konsumen pada pondok ikan dan ayam bakar Bude</p>	<p>Metode <i>Importance Performance Analysis.</i></p>	<p>1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pondok ikan dan ayam bakar</p>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<p>Neti dengan Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i>.</p>		<p>bude Neti. 2. Untuk menganalisis kepuasan konsumen terhadap pondok ikan dan ayam bakar bude Neti.</p>
-------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------

1.7 Sistematikan Penulisan

Laporan tugas akhir ini disusun dengan menggunakan sistematika yang sederhana dan tidak mengurangi arti pentingnya permasalahan yang akan dibahas agar lebih mudah menerangkan semua permasalahan yang terarah pada sasaran. Sistematika penulisan laporan ini disusun dalam enam bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, posisi penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini berisikan teori-teori relevan yang digunakan sebagai pedoman dan dasar pemikiran dalam mencari dan pemecahan masalah kemudian menguraikan teori-teori yang mendukung permasalahan, sehingga peneliti memiliki dasar dalam melakukan penelitian dan dapat menyelesaikan masalah yang dibahas.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisikan tentang langkah-langkah yang dilakukan untuk tercapainya tujuan, mulai dari awal penelitian sampai penelitian selesai. Dalam bab ini penulis menggunakan *flow chart* untuk menjelaskan dan menggambarkan langkah-langkah yang akan dilakukan pada penelitian.



BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini, dijabarkan semua data-data yang diperlukan dalam penelitian, data tersebut sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Data-data yang dikumpulkan yaitu data primer. data primer diperoleh dengan melakukan observasi langsung ke Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti.

BAB V ANALISA

Berisikan tentang analisa terhadap pengolahan data yang dilakukan pada bab sebelumnya, analisa tersebut menjelaskan output dari pengumpulan dan pengolahan data.

BAB VI PENUTUP

Pada bab kesimpulan dan saran berisikan tentang bagaiman hasil- hasil yang telah diperoleh apakah sesuai dengan tujuan awal. Serta berisikan saran-saran yang diperlukan untuk perusahaan tesebut dan bagaimana solusi yang diberikan berdasarkan pengolahan data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Konsumen

Konsumen adalah orang yang membeli dan menggunakan produk. Dalam perusahaan yang bergerak dibidang jasa, konsumen adalah orang yang menggunakan jasa pelayanan. Dalam dunia perbankan konsumen diartikan nasabah. Pandangan tradisional ini menyimpulkan bahwa konsumen adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk (Yola & Budianto, 2016). Konsumen merupakan orang yang melakukan interaksi dalam proses jual beli sebuah produk pada waktu tertentu sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Konsumen merupakan kelompok orang yang memperhatikan beberapa faktor dalam melakukan proses jual beli yaitu sebagai berikut (Feroza & Misnawati, 2020):

1. Tempat
2. Kualitas dan harga
3. Pelayanan yang diberikan

Faktor-faktor tersebut dapat menimbulkan konsumen dalam mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Setiap konsumen memiliki karakteristik sesuai dengan keadaan. Karakteristik konsumen yang diinginkan berada pada diri dan ketahanan seseorang ditinjau dari kepribadiannya sehingga dapat membawa dirinya dalam berbagai macam situasi. Beberapa ciri dari karakteristik konsumen adalah sebagai berikut (Asngari et al., 2015):

1. Motif individual

Motif individual merupakan sesuatu yang dipikirkan oleh seseorang mengenai keinginan-keinginan dan hal tersebut mengakibatkan suatu Tindakan untuk memenuhi keinginan-keinginan tersebut. Motif membawa, mengarahkan dan memilih pada suatu Tindakan dan tujuan yang akan dicapai.

2. Traits

Merupakan suatu karakteristik fisik dan respon yang baik dan konsisten



terhadap situasi atau informasi yang ada.

3. Konsep diri

Merupakan perilaku seseorang yang dianut dan pencitraan diri. Seperti kepercayaan seseorang bahwa ia dapat bertindak secara efektif dalam setiap situasi, ini adalah konsep seseorang mengenai dirinya.

4. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan informasi yang dimiliki seseorang dalam area tertentu.

2.2 Kualitas Pelayanan

Terjadinya persaingan antar pengusaha berdampak pada perkembangan dunia bisnis, hal ini dikarenakan setiap pengusaha saling bersaing. Persaingan yang dilakukan dapat berupa peningkatan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah ukuran yang diberikan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Dimensi kualitas layanan adalah sebagai berikut (Azzahra & Ramadhan, 2021):

1. Bukti fisik (*tangibles*),

Hal ini berkaitan dengan daya tarik dari fasilitas yang tersedia, perlengkapan yang ada dan material berkualitas yang digunakan perusahaan, serta penampilan dari para karyawan yang bekerja pada perusahaan. Contohnya seperti fasilitas Wifi yang diberikan di salah satu rumah makan yang membuat konsumen menjadi tertarik.

2. Reliabilitas (*reliability*)

Berkaitan dengan kemampuan dari perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat dan baik sejak pertama kali konsumen datang tanpa membuat kesalahan apapun dan dalam menawarkan atau menjelaskan jasa milik perusahaannya sesuai dengan waktu yang disepakati atau tidak terlalu lama. Contohnya pelayanan yang diberikan Bank BCA terhadap nasabahnya.

3. Empati (*empathy*),

Berarti perusahaan mengerti masalah yang dialami para konsumennya dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



memberikan perhatian khusus kepada para konsumen serta terdapat jam operasi pelayanan yang nyaman. Contohnya layanan pengaduan yang terdapat dalam aplikasi Dana apabila penggunaannya mengalami kendala.

4. Daya tanggap (*responsiveness*),

Hal ini Berkenaan dengan kemampuan atau sikap dari karyawan dalam memberikan informasi kapan konsumen bisa mendapatkan jasa tersebut dan memberikannya dengan cepat.

5. Jaminan (*assurance*),

Maksudnya yaitu perilaku maupun pelayanan yang diberikan oleh karyawan seperti kesopanan, keterampilan, maupun cerdas dalam menjawab pertanyaan yang diberikan oleh konsumen, hal ini dapat membuat konsumen percaya terhadap perusahaan dan ditambah dengan perusahaan bisa memberikan rasa aman bagi para konsumennya

Kualitas pelayanan ini adalah untuk memenuhi harapan konsumen dan ketepatan metode penyampaian untuk memenuhi permintaan dan memenuhi harapan dan kepuasan konsumen tersebut, dikatakan bahwa service quality atau kualitas layanan adalah kebutuhan akan rasa puas serta keinginan pembeli serta ketepatan penyampaiannya guna menyeimbangkan harapan pembeli. Untuk menyeimbangkan harapan konsumen, kualitas layanan adalah memberikan layanan tanpa cacat yang diberikan oleh penyedia layanan agar sesuai dengan keinginan dan keinginan konsumen, serta ketepatan pengiriman (Azzahra & Ramadhan, 2021).

2.3 Pengertian Kepuasan Konsumen

Teori kepuasan (*the Expectancy Disconfirmation Model*) ialah model yang menggambarkan proses terciptanya kepuasan ataupun ketidakpuasan konsumen ini adalah efek membandingkan harapan konsumen sebelum membeli.konsumsi dengan kinerja konsumen yang sebenarnya. Sedangkan Menurut penjelasan Kotler dan Armstrong (2001) mengemukakan Kepuasan konsumen mengacu pada seberapa baik kinerja produk yang dirasakan sesuai dengan harapan pembeli(Azzahra & Ramadhan, 2021). Pembeli merasa puas atau sangat senang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

apabila kinerja produk jauh dari keinginan mereka. Kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual layanan setelah memakainya.

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan diaman kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Nuryudayatun, 2013). Kepuasan merupakan penilaian purna pembelian dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Meskipun banyak definisi mengenai kepuasan, definisi yang dominan dan banyak dipakai adalah definisi yang didasarkan pada disconfirmation paradigm. Dalam paradigma diskonfirmasi, kepuasan konsumen dirumuskan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja jasa yang dipilih memenuhi harapan konsumen. Pada industri jasa, kepuasan konsumen selalu dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara konsumen dan karyawan yang melakukan kontak layanan (service encounter) yang terjadi pada saat konsumen berinteraksi dengan organisasi untuk memperoleh jasa yang dibelinya.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor yang memiliki peranan penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan. Jika konsumen merasa tidak terpuaskan ada kemungkinan konsumen akan mencari perusahaan lainnya, untuk memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Konsumen yang merasa terpuaskan akan memberikan keuntungan kepada perusahaan, karena perusahaan akan mendapatkan kesetiaan konsumen. Konsumen yang setia bukan hanya akan datang kembali untuk dilayani tetapi juga akan mengajak dan menyakinkan orang lain untuk datang ke perusahaan sebagai konsumen baru. Oleh karena itu kepuasan konsumen sangat berpengaruh terhadap kemajuan sebuah perusahaan (Astuti, 2015). Menurut Tjiptono kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian disconfirmation yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagai tujuan utama (Ristha, 2016). Berdasarkan uraian diatas penulis menyimpulkan bahwa kepuasan merupakan hasil yang didapat oleh konsumen atau konsumen terhadap kualitas dari pelayanan yang diberikan oleh suatu instansi atau perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai atau melebihi dengan ekspektasi (harapan) dari konsumen, maka kepuasan konsumenlah yang didapat, hal yang sama berlaku juga untuk sebaliknya. Kepuasan konsumen adalah salah satu kunci berhasilnya suatu perusahaan dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan yang pada akhirnya bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh konsumen mengenai kepuasan yang dirasakan. Oleh sebab itu, konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk dan jasa dari sebuah perusahaan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan dari konsumen, perusahaan dapat mengetahuinya melalui komplain yang dilakukan oleh konsumen, dan dari komplain tersebut perusahaan dapat memperbaiki ataupun meningkatkan layanan yang diberikan sehingga nantinya konsumen dapat merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan

2.4 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dari kepuasan konsumen, yang membuat konsumen tidak puas bisa dikarenakan faktor internal yang ada di perusahaan maupun faktor eksternalnya. Contoh faktor eksternalnya yaitu bisa dikarenakan karyawan yang kurang sopan dalam melayani, tidak tepat waktu dalam melakukan pelayanan, serta terjadi kesalahan dalam melakukan pencatatan transaksi yang dilakukan. Sedangkan faktor eksternal yang membuat konsumen tidak puas yaitu bisa disebabkan oleh faktor diluar kendali dari perusahaan tersebut, bisa berupa terjadi bencana alam, aktivitas kriminal maupun masalah pribadi konsumen itu sendiri. Ketika konsumen merasakan ketidakpuasan maka konsumen akan melakukan beberapa hal yaitu (Wijaya, dkk, 2018):

1. Tidak melakukan apa-apa, konsumen yang merasa tidak puas tidak melakukan komplain kepada perusahaan akan tetapi mereka secara otomatis tidak akan membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan lagi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Melakukan komplek secara langsung kepada perusahaan atau instansi yang memberikan pelayanan, dan menyampaikan hal-hal yang membuat dirinya tidak puas.

Selain itu untuk menciptakan kepuasan konsumen suatu perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang dianggap penting. Secara umum dibagi menjadi tiga kategori sebagai berikut (Nuryudayatun, 2013):

1. Faktor yang berhubungan dengan produk
 - a. Kualitas produk, merupakan mutu dari semua komponen-komponen yang membentuk produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah.
 - b. Hubungan antara nilai sampai pada harga, merupakan hubungan antara harga dan nilai produk yang ditentukan oleh perbedaan antara nilai yang diterima oleh konsumen dengan harga yang dibayar oleh konsumen terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh badan usaha.
 - c. Bentuk produk, merupakan komponen-komponen fisik dari suatu produk yang menghasilkan suatu manfaat.
 - d. Keandalan, merupakan kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai dengan apa yang dijanjikan oleh perusahaan.
2. Faktor-faktor yang berhubungan dengan pelayanan
 - a. Jaminan, merupakan suatu jaminan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk pengembalian harga pembelian atau mengadakan perbaikan terhadap produk yang rusak setelah pembelian.
 - b. Respon dan cara pemecahan masalah, merupakan sikap dari karyawan dalam menanggapi keluhan serta masalah yang dihadapi oleh konsumen.
3. Faktor-faktor yang berhubungan dengan pembelian
 - a. Pengalaman karyawan, merupakan semua hubungan antara konsumen dengan karyawan yang berhubungan dengan pembelian.
 - b. Kemudahan dan kenyamanan, merupakan segala kemudahan dan kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk yang

dihasilkannya.

2.5 Metode Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen

Untuk mengukur kepuasan dari konsumen ada terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau tingkat kepuasan konsumen. Kotler mengemukakan empat jenis metode yang bisa digunakan yaitu (Siswi, 2015):

1. Sistem keluhan dan saran

Pada metode ini konsumen dapat memberikan pendapat maupun saran mereka terhadap sebuah perusahaan dengan menggunakan kotak saran, maupun melalui media telepon yang nantinya media ini digunakan oleh konsumen dalam menyampaikan pendapat yang mereka rasakan. Oleh karena itu perusahaan harus memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menyampaikan pendapatnya dengan cara menyediakan media maupun alat yang bisa digunakan oleh konsumen dalam menyampaikan pendapat kepuasannya.

2. Survei kepuasan konsumen

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan konsumen yang dilakukan oleh sebuah perusahaan akan menggunakan metode survei, baik melalui telepon, maupun wawancara pribadi. Dengan menggunakan metode survei perusahaan akan mendapatkan tanggapan dari konsumen atau konsumen secara langsung dari konsumen tersebut, dan cara ini juga akan menjadi nilai plus dimata konsumen karna berarti perusahaan memperhatikan kepuasan mereka. Pengukuran kepuasan dengan metode ini dapat dilakukan dengan :

a. *Directly reported satisfaction,*

Pengukuran kepuasan dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, contoh sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.

b. *Derived dissatisfaction,*

Pertanyaan yang menyangkut besarnya harapan konsumen terhadap atribut.

c. *Problem analysis*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya konsumen yang dijadikan responden untuk mengungkapkan masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance-performance analysis*,

Artinya dalam teknik ini responden dimintai untuk me-ranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan pentingnya elemen.

e. *Ghost shopping*

Yaitu dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai konsumen atau pembeli yang nantinya akan membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Setelah itu *ghost shopper* akan menyampaikan hasil dari temuan yang mereka lakukan mengenai kelebihan maupun kekurangan dari produk perusahaan maupun pesaing berdasarkan pada pengalaman mereka ketika membeli produk tersebut.

f. *Lost customer analysis*

Metode ini dilakukan dengan cara menghubungi para konsumen yang telah berhenti berlangganan pada perusahaan tersebut dan menganalisis mengapa konsumen tersebut mau berpindah dari perusahaan yang lama. Konsumen yang puas akan melakukan:

- 1) Melakukan pembelian ulang.
- 2) Mengatakan hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain (rekomendasi)
- 3) Kurang memperhatikan merek dan iklan produk pesaing.
- 4) Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

2.6 Metode IPA

Metode IPA dapat digunakan untuk merangking berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi Tindakan yang diperlukan (Indrajaya, 2018). IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. Metode IPA adalah Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan menghasilkan suatu diagram kartesius yang menunjukkan letak unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan atau Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada Importance Performance 20 Matrix, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan.

Pada konsep *Satisfaction Quality* hanya menganalisa tentang kesenjangan atau gap yang terjadi antara keinginan atau harapan konsumen dengan kinerja yang telah diberikan badan usaha, pada *Importance Performance Analysis* kita menganalisa tentang tingkat kepentingan dari suatu variabel dimata konsumen dengan kinerja badan usaha tersebut. Dengan demikian badan usaha akan lebih terarah dalam melaksanakan strategi bisnisnya sesuai dengan prioritas kepentingan konsumen yang paling dominan. Analisa diawali dengan sebuah kuesioner yang disebarakan kepada konsumen. Responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan/harapan berbagai atribut dan kepuasan tingkat kinerja penyedia jasa pada masing-masing atribut tersebut. Dalam penelitian ini digunakan dua variable X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja terhadap layanan yang memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan tingkat kepentingan/harapan konsumen. Dalam hal ini digunakan lima tingkat Skala Linkert untuk penilaian tingkat kepentingan konsumen, yang terdiri dari:

1. Sangat penting bernilai 5
2. Penting bernilai 4
3. Cukup penting bernilai 3
4. Kurang penting bernilai 2
5. Tidak penting bernilai 1

Kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan akan dianalisis di Importance Performance Matrix. Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian. Gambar *Importance Performance Matrix* dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilihat pada Gambar dibawah ini.

Importance/ Kepentingan	1 Atribut Untuk Ditingkatkan	2 Atribut untuk dipertahankan
	3 Atribut Untuk Dipertahankan	4 Atribut untuk Dikurangi
	Rendah	Tinggi

Gambar 2.1 Matrik *Importance Performance*
(Sumber : Rangkuti, 2006)

1. Kuadran Pertama
Memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen karena kepentingan tinggi, sedangkan tingkat kepuasan rendah.
2. Kuadran Kedua
Menunjukkan daerah yang harus dipertahankan karena tingkat kepentingan tinggi, sedangkan tingkat kinerja juga tinggi.
3. Kuadran Ketiga
Sebagai daerah prioritas rendah karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik di antara kompetitor yang lain.
4. Kuadran Keempat
dikategorikan sebagai daerah berlebihan karena terdapat faktor yang bagi konsumen tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi sehingga bukan menjadi prioritas yang



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibenahi.

Penggunaan metode *Importance Performance Analysis* adalah dalam mengukur tingkat kepuasan pelayanan jasa yang masuk pada kuadran-kuadran pada peta *Importance- Performance Matrix*. Dalam metode ini diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa besar pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan konsumen terhadap jasa yang mereka berikan.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut (Indrajaya, 2018) :

$$Tki = \frac{\text{rata-rata } xi}{\text{Rata-rata } yi} \times 100\% \quad \dots(2.1)$$

Dimana:

Tki : Tingkat kesesuaian Responden

Rata-rata xi : Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan

Rata-rata yi : Skor rata-rata penilaian harapan Konsumen

Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah membuat peta posisi *importance performance* yang merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik sebagai berikut (Indrajaya, 2018):

$$\text{rata - rata } X = \frac{\sum_{i=1}^n X}{k} \quad \dots (2.2)$$

$$\text{rata - rata } Y = \frac{\sum_{i=1}^n Y}{k} \quad \dots (2.3)$$

Dimana:

K : Jumlah atribut yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

Selanjutnya dihitung rata-rata seluruh atribut tingkat kepentingan (Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius, dengan rumus (Indrajaya, 2018):

$$\text{rata - rata } X = \frac{\sum xi}{n} \quad \dots (2.4)$$

$$\text{rata - rata } Y = \frac{\sum yi}{n} \quad \dots (2.5)$$

Dimana:

Rata-rata X : Hasil akhir dari performance

Rata-rata Y : Hasil akhir dari harapan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

n : Jumlah responden

2.7 Uji Validitas

Validitas instrumen dapat dibuktikan dengan beberapa bukti. Bukti-bukti tersebut antara lain secara konten, atau dikenal dengan validitas konten atau validitas isi, secara konstruk, atau dikenal dengan validitas konstruk, dan secara kriteria, atau dikenal dengan validitas kriteria. Validitas yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsinya. Konsep validitas tes dapat dibedakan atas tiga macam, yaitu validitas isi, validitas konstruk, dan validitas kriteria. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur menyatakan bahwa validitas tes pada dasarnya menunjuk kepada derajat fungsi pengukurnya suatu tes, atau derajat kecermatan ukurnya sesuatu tes. Maksudnya adalah seberapa jauh suatu tes mampu mengungkapkan dengan tepat ciri atau keadaan yang sesungguhnya dari obyek ukur, akan tergantung dari tingkat validitastes yang bersangkutan. Uji validitas menggunakan rumus korelasi sebagai berikut(Yusup 2018):

$$r = \frac{n((\sum XY)-(\sum X)(\sum Y))}{\sqrt{n\sum X^2-(\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2-(\sum Y)^2}} \dots(2.6)$$

Keterangan :

- r : Koefisien Korelasi produk moment
- $\sum X$: Jumlah Skor dalam sebaran X
- $\sum Y$: Jumlah Skor dalam sebaran Y
- $\sum X^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran X
- $\sum Y^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran Y



$\sum XY$: Jumlah hasil kali skor X dan Y yang berpasangan
 n : Jumlah Responden

2.8 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran pada kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas alat ukur berkaitan erat dengan masalah kekeliruan pengukuran. Kekeliruan pengukuran sendiri menunjukkan sejauh mana tidak konsistennya hasil pengukuran yang terjadi apabila dilakukan pengukuran ulang terhadap kelompok subyek yang sama. Sedangkan konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas hasil ukur berkaitan erat dengan kekeliruan dalam pengambilan sampel yang mengacu pada tidak konsistennya hasil ukuran apabila pengukuran dilakukan ulang pada kelompok yang berbeda.

Jika kita menggunakan pengesanan sekali maka kesamaan atau kesetaraan tes yang digunakan merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi, karena kemantapan atau konsistensi tanggapan terhadap butir-butir yang akan diperiksa. Adapun perhitungan seara manual sebagai berikut (Yusup 2018):

$$r_{xy} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 - t} \right] \quad \dots(2.7)$$

Keterangan:

R_{xy} = realialibilitas instrument

K = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$ = Jumlah varian butir

$\sigma^2 b$ = total variasi

2.9 Populasi dan Sampel

Didalam suatu penelitian diperlukan adanya suatu obyek yang akan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diteliti yaitu populasi. Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Janti, 2014).

Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Ukuran sampel memegang peranan penting dan menghasilkan dasar untuk mengestimasi kesalahan *Sampling* (Janti, 2014).

2.9.1 Teknik Pengambilan *Sampling*

Setelah jumlah sampel yang akan diambil dari populasi telah ditentukan, selanjutnya pengambilan sampel pun harus mengikuti prosedur yang telah ditentukan dalam bentuk teknik *Sampling*. Pengambilan sampel secara acak adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, sehingga metode ini sering disebut sebagai prosedur yang terbaik (Umar, 2008).

Pemilihan teknik pengambilan sampel merupakan upaya penelitian untuk mendapat sampel yang representatif (mewakili), yang dapat menggambarkan populasinya. Teknik pengambilan sampel tersebut dibagi atas 2 kelompok besar, yaitu (Umar, 2008):

1. *Probability Sampling (Random Sample)*

Pada pengambilan sampel secara random, setiap unit populasi, mempunyai kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel. Faktor pemilihan atau penunjukan sampel yang mana akan diambil, yang semata-mata atas pertimbangan peneliti, disini dihindarkan. Bila tidak, akan terjadi bias. Dengan cara random, bisa pemilihan dapat diperkecil, sekecil mungkin. Ini merupakan salah satu usaha untuk mendapatkan sampel yang representatif. Keuntungan pengambilan sampel dengan *probability Sampling* adalah sebagai berikut:

- a. Derajat kepercayaan terhadap sampel dapat ditentukan.
- b. Beda penaksiran parameter populasi dengan statistik sampel, dapat diperkirakan.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. *NonProbability Sampling (NonRandom Sample)*

Pemilihan sampel dengan cara ini tidak menghiraukan prinsip-prinsip probability. Pemilihan sampel tidak secara random. Hasil yang diharapkan hanya merupakan gambaran kasar tentang suatu keadaan. Cara ini dipergunakan : Bila biaya sangat sedikit, hasilnya diminta segera, tidak memerlukan ketepatan yang tinggi, karena hanya sekedar gambaran umum saja. Cara-cara yang dikenal adalah sebagai berikut :

a. *Sampel Dengan Maksud (Purposive Sampling).*

Pengambilan sampel dilakukan hanya atas dasar pertimbangan penelitiannya saja yang menganggap unsur-unsur yang dikehendaki telah ada dalam anggota sampel yang diambil.

b. *Sampel Tanpa Sengaja (Accidental Sampling).*

Sampel diambil atas dasar seandainya saja, tanpa direncanakan lebih dahulu. Juga jumlah sampel yang dikehendaki tidak berdasarkan pertimbangan yang dapat dipertanggung jawabkan, asal memenuhi keperluan saja. Kesimpulan yang diperoleh bersifat kasar dan sementara saja.

c. *Sampel Berjatah (Quota Sampling).*

Pengambilan sampel hanya berdasarkan pertimbangan peneliti saja, hanya disini besar dan kriteria sampel telah ditentukan lebih dahulu. Misalnya Sampel yang akan di ambil berjumlah 100 orang dengan perincian 50 laki dan 50 perempuan yang berumur 15-40 tahun. Cara ini dipergunakan kalau peneliti mengenal betul daerah dan situasi daerah dimana penelitian akan dilakukan.

Non probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi *Sampling* sistematis, kuota, *accidental*, *purposive*, dan *snowball*. Adapun rumus dalam menentukan sampel dalam populasi tak terbatas adalah sebagai berikut :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{\epsilon} \right)^2 \dots(2.8)$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan 95 %

ϵ = Kesalahan Penarikan Sampel, ditetapkan sebesar 10%

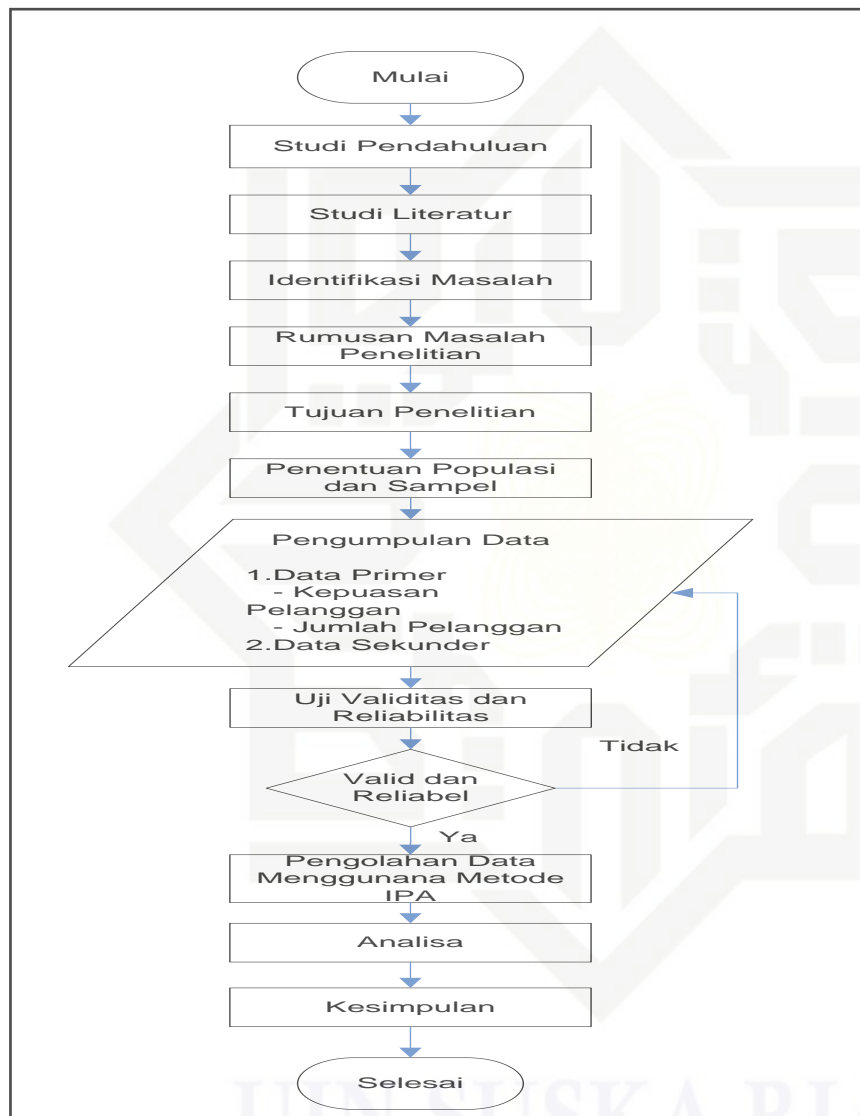
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan penjelasan dari tahapan yang dilakukan peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya. Tahapan yang dilakukan peneliti dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Metodologi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan yang dilakukan berguna untuk mendapatkan informasi agar dapat mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan yang akan diteliti. Kemudian pengamatan ini dilakukan untuk mengetahui lebih detail tentang informasi-informasi yang diperlukan dalam penelitian sehingga dapat mencari dan menetapkan topik pokok yang menjadi permasalahan yang ada. kemudian dari pengamatan tersebut dapat diidentifikasi permasalahan yang akan diselesaikan oleh peneliti. Studi Pendahuluan dilakukan dengan dua cara yaitu, wawancara (*interview*) dan observasi lapangan dengan pihak atau perusahaan terkait yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan terdapat beberapa ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti. Oleh sebab itu untuk dapat melakukan evaluasi maka diperlukan analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti.

3.2 Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan studi tentang teori-teori yang berguna sebagai acuan dalam menyelesaikan masalah. Tahap ini dilakukan bertujuan untuk mendapatkan referensi-referensi atau literatur-literatur yang bisa mendukung dalam pemecahan permasalahan yang ada. Dengan adanya studi literatur yang jelas, maka akan mempermudah dalam memformulasikan persoalan dan cara pemecahan permasalahan. Sehingga pada akhirnya akan mempermudah dalam mengolah data dan menganalisis data terhadap langkah-langkah penelitian secara keseluruhan dan sekaligus sebagai pengendali.

3.3 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan studi pendahuluan di Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti didapatkan permasalahan yang terjadi yaitu terdapat beberapa ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti. Ketidakpuasan tersebut didapatkan dengan melakukan wawancara kepada konsumen Pondok ikan dan ayam bakar bude neti.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.4 Rumusan Masalah Penelitian

Tujuan dari perumusan masalah ini untuk memperjelas tentang masalah yang akan diteliti tentang analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Pondok ikan dan ayam bakar bude neti. Penelitian ini berfokus pada hal-hal yang menyebabkan terjadinya ketidakpuasan kepada konsumen dan bagaimana penyusunan strategi yang tepat agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

3.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan hasil akhir yang akan dicapai dari sebuah penelitian serta menjawab semua permasalahan yang sedang diteliti. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat, ditetapkan tujuan penelitian yang akan dicapai yakni untuk menganalisa dan menjelaskan apakah konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti.

3.6 Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan melakukan wawancara dan membuat kuesioner. Untuk data sekunder didapatkan dengan mencari landasan teori yang dapat menjadi rujukan dalam penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dengan memberikan kuesioner kepada pengunjung Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengunjung Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti.

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *sampling incidental*. Teknik *sampling incidental* adalah teknik yang dilakukan dalam menentukan jumlah sampel berdasarkan siapa saja yang bertemu peneliti (Rahmadiane, Ghea Dwi, Wildani Eko Nugroho, 2022).

Atribut pelayanan yang diberikan oleh Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude

Neti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Atribut Pernyataan

No	Pelayanan	Atribut Pelayanan	Nilai
1	Ketanggapan	Kecepatan Karyawan dalam melayani pengunjung	
		Kecepatan Karyawan dalam menyediakan makanan	
		Kemampuan karyawan dalam membantu konsumen dalam mendapatkan pesanan	
2	Keandalan	Keakuratan karyawan dalam memenuhi kebutuhan konsumen	
		Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan	
3	Empati	Kepedulian karyawan terhadap konsumen	
		Karyawan dapat berinteraksi dengan konsumen	
4	Jaminan	Jaminan kesesuaian pesanan dengan keinginan konsumen	
		Jaminan harga yang diberikan dengan pesanan konsumen	
5	Bukti Langsung	Kebersihan Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti	
		Lokasi Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti mudah dijangkau	
		Kerapaaian karyawan	

(Sumber: Pengumpulan Data, 2022)

3.7 Pengolahan Data

Pengolahan data yang dilakukan dengan menggunakan metode IPA. Tahapan yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Menentukan nilai rata-rata pernyataan dari semua jawaban responden
2. Mencari nilai rata-rata harapan dan perespsi konsumen
3. Menggambarkan hasil perhitungan dengan menggunakan metode IPA

3.8 Analisa

Pada tahapan ini dilakukan analisis terhadap hasil yang diperoleh dalam pengolahan data, kemudian hasil dari analisis di gambarkan dengan jelas untuk membantu penarikan kesimpulan pada tahap selanjutnya.

3.9 Kesimpulan dan Saran

Tahap ini merupakan tahap akhir penelitian. Penarikan kesimpulan bertujuan untuk menjawab tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Saran juga dikemukakan untuk memberikan masukan terhadap permasalahan yang diteliti. Selain itu juga di berikan saran-saran perbaikan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh pondok ikan dan ayam bakar bude neti sudah sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan terdapat 9 atribut yang berada dalam kuadran 2 yang berarti kinerja pondok ikan dan ayam bakar bude neti dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya.
2. Strategi yang dapat dilakukan dalam melakukan peningkatan pelayanan di pondok ikan dan ayam bakar bude neti adalah dengan memberikan pelatihan kepada karyawan agar dapat memberikan kualitas makanan yang sesuai dengan standar dari pondok ikan dan ayam bakar bude neti dan perlu dilakukannya pembersihan meja makan setelah konsumen selesai makan dan perlu dilakukan penyiraman air pada area depan pondok ikan dan ayam bakar bude neti agar dapat mengurangi debu yang bertebaran.

6.2 Saran

Saran dalam penelitian ini adalah pemilik usaha pondok ikan dan ayam bakar bude neti dapat menerpakan usulan yang diberikan berdasarkan penelitian yang dilakukan agar dapat memberikan peningkatan kepuasan konsumen terhadap pelayanan pondok ikan dan ayam bakar bude neti.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Asngari, P., Susanto, D., Sugihen, B., & Mokoginta, M. (2015). Karakteristik Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan Puskesmas (Kasus di Kota Kotamobagu dan Kabupaten Bolaang Mongondow Utara, Provinsi Sulawesi Utara) *The Journal of Education*, 5(1).
- Azzahra, D. S., & Ramadhan, Z. (2021). Jurnal muhammadiyah manajemen bisnis. *Debt To Equity Ratio, Price Earning Ratio, Current Ratio, Harga Saham Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi*, 2(1), 43–50.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada pkun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan konsumen. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Indrajaya, D. (2018). Metode Importance Performance Analysis Dan Customer. *Jurnal IKRA-ITH Teknologi*, 2(3), 1–6.
- Iswari, I. A. I. M., Wiranatha, A. A. P. A. S., & Satriawan, I. K. (2015). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dan Jasa dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus di Restoran Warung Subak, Peguyangan Denpasar). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 3(3), 51–60.
- Khoiria, S. N., & Anwar US, K. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 1(3), 216–227. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.41>
- Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I. H., & Rizki, M. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 17(1), 25-31.
- Nazra, B. Y. Marketing Strategy Planning Using SOAR Method and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)(Case Study: Computer Embroidery Business Jonifer Embroidery).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nuryudayatun, S. (2013). MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MELAKUKAN CUSTOMER UNDERSTANDING. *Jurnal bisnis,manajemen, dan akuntansi*, *1*(2), 17–24.
- Purnomo, W., & Riandadari, D. (2015). Analisa Kepuasan Konsumen Terhadap Bengkel dengan Metode IPA (Importance Performance Analysis) di PT. Arina Parama Jaya Gresik. *Jurnal Teknik Mesin*, *03*(3), 54–63.
- Rahmadiane, Ghea Dwi, Wildani Eko Nugroho, and M. I. S. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Produktivitas Kerja Dosen*. *1*(1), 18–27.
- Rizki, M., Kusumanto, I., Nazaruddin, M. H., & Nohirza, F. L. Application of Data Mining Using the K-Means Clustering Method in Analysis of Consumer Shopping Patterns in Increasing Sales (Case Study: Abie JM Store, Jaya Mukti Morning Market, Dumai City).
- Setiawan, A. D., Yamani, A. Z., & Winati, F. D. (2022). Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)(Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, *1*(4), 286-295.
- Suandi, S. (2019). Analisis Kepuasan Masyarakat terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat di Kantor Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur. *Journal PPS UNISTI*, *1*(2), 13–22. <https://doi.org/10.48093/jiask.v1i2.8>
- Yola, M., & Budianto, D. (2016). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, *12*(1), 301. <https://doi.org/10.25077/josi.v12.n1.p301-309.2013>



LEMBAR KUESIONER

KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN PONDOK IKAN DAN AYAM BAKAR BUDE NETI

I. Identitas Responden

Nama :
 Umur : Tahun
 Jenis Kelamin :
 Pekerjaan :

II. Sistematika Pengisian

Berilah tanda (√) pada pernyataan yang menurut Anda sesuai dengan penilaian Anda.

Keterangan Jawaban :

- 1 = Sangat Tidak Baik
- 2 = Tidak Baik
- 3 = Normal
- 4 = Baik
- 5 = Sangat Baik

No	Atribut Pelayanan	Kepentingan					Kinerja					
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
1	Kecepatan Karyawan dalam melayani pengunjung											
2	Kecepatan Karyawan dalam menyediakan makanan											
3	Kemampuan karyawan dalam membantu konsumen dalam mendapatkan pesanan											

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



4	Keakuratan karyawan dalam memenuhi kebutuhan konsumen																		
5	Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan																		
6	Kepedulian karyawan terhadap konsumen																		
7	Karyawan dapat berinteraksi dengan konsumen																		
8	Jaminan kesesuaian pesanan dengan keinginan konsumen																		
9	Jaminan harga yang diberikan dengan pesanan konsumen																		
10	Kebersihan Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti																		
11	Lokasi Pondok Ikan dan Ayam Bakar Bude Neti mudah dijangkau																		
12	Kerapain karyawan																		
13	Kesopanan Karyawan																		
14	Kualitas Makanan																		
15	Kebersihan Lokasi																		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massal
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang!

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim



ANALISIS KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN PUBLIK BERDASARKAN INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT DI KANTOR KECAMATAN BELITANG KABUPATEN OKU TIMUR

Suandi

Staf Dosen Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Sjakhyakirti

Email : suandiwidjaya23@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan Kantor Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur yang diukur menggunakan Indeks Kepuasan Masyarakat. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis Indeks Kepuasan Masyarakat. Penelitian dilakukan di Kantor Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur pada bulan Oktober 2018. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, dokumentasi dan angket. Uji validitas menggunakan rumus *Product Moment Pearson* dan uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Dari hasil penelitian terlihat bahwa Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) untuk pelayanan Kantor Kecamatan Belitang adalah 2,88 dengan angka konversi sebesar 71,95. Maka kinerja pelayanan publik berada dalam kategori mutu pelayanan baik. Hasil dari pengukuran terhadap 14 indikator Indeks Kepuasan Masyarakat sebagai berikut:

(a) prosedur pelayanan nilai IKM sebesar 75,08 dengan kategori baik, (b) Persyaratan pelayanan nilai IKM sebesar 71,83 dengan kategori Baik, (c) Kejelasan petugas pelayanan nilai IKM sebesar 69,33 dengan kategori Baik, (d) Kedisiplinan petugas pelayanan nilai IKM sebesar 73,33 dengan kategori Baik, (e) Tanggungjawab petugas nilai IKM sebesar 74,17 dengan kategori Baik, (f) kemampuan petugas pelayanan dengan nilai IKM sebesar 66,83 dengan kategori baik, (g) Kecepatan pelayanan nilai IKM sebesar 72,17 dengan kategori Baik, (h) Keadilan mendapatkan pelayanan nilai IKM sebesar 74,67 dengan kategori Baik, (i) kesopanan dan keramahan petugas nilai IKM sebesar 75,17 dengan kategori baik, (j) Kewajaran biaya pelayanan nilai IKM sebesar 73,83 dengan kategori Baik, (k) Kepastian biaya pelayanan nilai IKM sebesar 68,50 dengan kategori Baik, (l) Kepastian jadwal pelayanan nilai IKM sebesar 74,33 dengan kategori Baik, (m) Kenyamanan lingkungan nilai IKM sebesar 74,67 dengan kategori Baik, dan (n) Keamanan pelayanan nilai IKM sebesar 69,42 dengan kategori Baik.

Kata Kunci : Pelayanan Publik, Indeks Kepuasan Masyarakat.

A. PENDAHULUAN

Pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan pelayanan menjadi sesuatu yang tidak bisa dipisahkan dan ditinggalkan dalam kehidupan bermasyarakat. Setiap saat masyarakat selalu menuntut pelayanan yang berkualitas dari aparatur pemerintah yang memberikan pelayanan. Aktivitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap pencapaian mutu dan kelancaran kegiatan dalam bermasyarakat. Pelayanan yang diberikan tidak hanya sekadar memberikan bantuan terhadap kebutuhan pelanggan, tetapi juga memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Menerima pelayanan yang memuaskan dari aparatur pemerintah merupakan hak yang dimiliki setiap masyarakat.

Masyarakat membutuhkan pelayanan untuk memenuhi berbagai macam kebutuhannya. Pelayanan publik yang sering dibutuhkan dalam bentuk barang publik maupun jasa publik. Dengan pelayanan yang diterima tersebut diharapkan masyarakat akan berpartisipasi aktif mendukung tugas-tugas aparatur pemerintah, sehingga terjadi keseimbangan antara hak dan kewajiban sebagai warga negara.

Pelayanan terhadap masyarakat merupakan salah satu tugas yang harus dilaksanakan oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat. Pemerintah mempunyai peranan penting untuk menyediakan pelayanan publik sesuai yang telah diamanatkan dalam Undang-Undang. Menurut Undang-Undang Nomor 25



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. (Kotler, 2007). Ini merupakan definisi kualitas yang berpusat pada pelanggan. Kualitas barang dan jasa ditentukan oleh pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila perusahaan memberikan kualitas yang baik.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Tjiptono, 2006).

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang

**Karakteristik Pelanggan Dan Persepsi
Pelanggan Terhadap Pelayanan Puskesmas
(Kasus di Kota Kotamobagu dan Kabupaten
Bolaang Mongondow Utara, Provinsi Sulawesi Utara)**

*The Client characteristics and perception
to the Community Health Service:
Case: Kotamobagu and Bolaang Mongondow
Province of Nort Sulawesi*

Mutu B. Mokoginta¹, Basita G. Sugihen², Djoko Susanto³, Pang S. Asngari²

¹Staf Pemda Bolaang Mongondow

²Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat,
Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor

Abstracts

Clients characteristics and clients perception to the Community health service has been considered as two important aspects. Clients characteristics measured by age, income, works, sex, education background, number of families, distances to community health service, the understanding of mean, goal, and benefit for healthy life. Clients perception to the Community health service measured by medical worker, health services and the cure that has been given has a high level category. Clients satisfaction conducted by Community Health Service tends to be high category.

Key words: clients characteristics, clients perception to the community health service

PENDAHULUAN

Kesehatan adalah salah satu unsur kesejahteraan umum yang harus diwujudkan sesuai dengan cita-cita bangsa Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar 1945 melalui pembangunan nasional yang berkesinambungan berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Pembangunan kesehatan, menurut Undang-Undang nomor 23 tahun 1992 tentang kesehatan, diarahkan untuk mempertinggi derajat kesehatan, yang besar artinya bagi pengembangan dan pembinaan sumber daya manusia Indonesia dan sebagai modal bagi pelaksanaan pembangunan nasional yang pada hakikatnya adalah pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia.

Visi Indonesia Sehat 2010 adalah: (1) Mewujudkan paradigma sehat yang ditetapkan Visi, yaitu gambaran, prediksi atau harapan tentang keadaan masyarakat Indonesia pada masa datang yaitu Tahun 2010; (2) Adalah gambaran masyarakat Indonesia di masa depan yang penduduknya hidup dalam lingkungan dan perilaku sehat, mampu menjangkau pelayanan kesehatan yang bermutu, adil dan merata serta memiliki derajat kesehatan yang setinggi-tingginya; dan (3) Lingkungan sehat yang kondusif yaitu lingkungan bebas polusi, tersedia air bersih, sanitasi lingkungan, pemukiman yang sehat, perencanaan kawasan berwawasan kesehatan, dan kehidupan masyarakat yang saling tolong menolong.

Agar dapat mewujudkan Visi Indonesia Sehat 2010, maka ditetapkan Misi Pembangunan Kesehatan sebagai berikut: (1) Menggerakkan pembangunan nasional yang berwawasan kesehatan, (2) Mendorong

¹ Korespondensi Penulis. Telepon: 08124304704
Email: mutu_mokoginta@yahoo.com



PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @YHOOPHII_OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN

¹Cindie Sya'bania Feroza ²Desy Misnawati

¹Mahasiswa Ilmu Komunikasi ²Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma
Jl Jend A. Yani No. 03 Plaju, Palembang

Email: ¹cindiesyabaniaferoza@gmail.com ²desymisnawati982@gmail.com

Abstract This research entitled "Use of Instagram Social Media on @yhoophii_official Account as a media of communication with customers". The purpose of this research is to find out how the use of Instagram social media on the @yhoophii_official account as a media of communication with customers. Instagram is an application to share photos, videos, apply digital filters and share them to various network services including Instagram itself. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach, using data collection methods with interviews, observation, and documentation. The theory used in this research is the theory of New Media by Pierre Levy. The location of this research is located at Jalan Kapten Marzuki No. 528 C, Palembang, South Sumatera. Informants in this research consisted of key informants and supporting informants. The key informant in this research is Sri Rahayu Widiyanti as the admin of the @yhoophii_official Instagram account. And two supporting informants in this research is Yoza Dwi Cahaya and Fitria Wulandari as a customers. The results of this research show that the @yhoophii_official account is used to share information about products, store operating hours, how to shop online, all things related to the Yhoophii Shop, and to become a media of communication with customers. Customers can interact by providing questions through the @yhoophii_official account which will be answered by the admin.

Key words: Communication, Instagram @yhoophii_official, Customers

Abstrak :Penelitian ini berjudul "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penggunaan media sosial instagram pada akun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto , video, menerapkan filter digital dan membagikannya ke berbagai layanan jaringan termasuk instagram itu sendiri. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menggunakan metode pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi serta dokumentasi. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori New Media oleh Pierre Levy. Lokasi penelitian ini terletak di Jalan Kapten Marzuki No. 528 C, Palembang, Sumatera Selatan. Informan pada penelitian ini terdiri dari informan utama dan informan pendukung. Informan utama pada penelitian ini adalah Sri Rahayu Widiyanti selaku admin dari akun instagram @yhoophii.official. Dua informan pendukung pada penelitian ini adalah Yoza Dwi Cahaya dan Fitria Wulandari selaku pelanggan dari @yhoophii_official. Hasil penelitian ini diketahui bahwa akun @yhoophii_official digunakan untuk membagikan informasi mengenai produk, jam operasional toko, cara berbelanja online, segala hal yang berkaitan dengan Toko Yhoophii Shop, dan menjadi media komunikasi dengan pelanggan. Pelanggan dapat berinteraksi dengan memberikan pertanyaan melalui akun @yhoophii_official yang akan dijawab oleh admin.

Kata Kunci : Komunikasi, Instagram @yhoophii_official, Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk sosial yang senantiasa berinteraksi dengan manusia lainnya.

Proses penyampaian suatu pesan yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan menggunakan bantuan media yang bertujuan untuk memberi informasi maupun mengubah

METODE SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS UNTUK ANALISA KUALITAS LAYANAN JASA PENDIDIKAN TINGGI PADA MAHASISWA DI CIREBON

Chandra Lukita¹, Sudadi Pranata², Kiran Agustin³

Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer CIC Cirebon

Jl. Kesambi 202, Kota Cirebon, Jawa Barat. Telp: (0231) 220250

E-mail: chandralukita@yahoo.com¹

Abstrak

Penelitian dengan judul “Metode Servqual dan Importance Performance Analysis Untuk Analisa Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Tinggi Pada Mahasiswa di Cirebon”. Maksud dan tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana kinerja dan kualitas layanan jasa pendidikan tinggi di Cirebon. Pengambilan data menggunakan teknik wawancara dan menyebarkan kuesioner, banyaknya sample sebesar 200 responden yang terdiri dari mahasiswa di Cirebon. Data – data lain yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan studi pustaka. Penelitian ini menganalisis kinerja pada masing-masing Perguruan Tinggi dan menghitung tingkat kepuasan mahasiswa dengan serangkaian pengujian dalam analisis data. Metode yang digunakan adalah Metode Service Quality (Servqual Gap 5) dan Importance Performance Analysis dengan sebelumnya diuji dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Dari hasil penelitian, diperoleh data yang menyatakan hasil dari metode servqual rata-rata keseluruhan gap per dimensi, dapat diketahui bahwa dimensi bukti fisik yang memenuhi harapan mahasiswa dengan gap = 0, dan sisanya yaitu Empati, Keandalan, Daya Tanggap dan Assurance memiliki gap negatif, dengan keandalan dan daya tanggap sebesar -0,3, empati -0.2 dan assurance -0,1. Dan tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 96 pada perhitungan menggunakan metode Importance Performance Analysis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa pendidikan tinggi di Cirebon yaitu Sangat Baik.

Katakunci: Kualitas Pelayanan, Servqual, Kepuasan Mahasiswa, Importance Performance Analysis

Abstract

Research with the title "Servqual Method and Importance Performance Analysis for Quality Analysis of Higher Education Services in Students in Cirebon. The purpose and purpose of the research is to find out how the performance and quality of higher education services in Cirebon. Retrieval of data using interview techniques and distributing questionnaires, the number of samples of 200 respondents consisting of students in Cirebon. Other data obtained from observations, interviews, and literature study. This study analyzes the performance of each university and calculates the level of student satisfaction with a series of tests in data analysis. The method used is the Service Quality Method (Servqual Gap 5) and the Importance Performance Analysis previously tested with the Validity Test and Reliability Test. From the results of the study, obtained data that states the results of the average servqual method of the overall gap per dimension, can be seen that the dimensions of physical evidence that meet the expectations of students with a gap = 0, and the rest, namely Empathy, Reliability, Responsiveness and Assurance has a negative gap, with reliability and responsiveness of -0.3, empathy -0.2 and assurance -0.1. And the suitability level of an average of 96 in calculations using the Importance Performance Analysis method shows that the quality of higher education services in Cirebon is Very Good.

Keywords: Service Quality, Servqual, Student Satisfaction, Importance Performance Analysis



KUALITAS PELAYANAN RAWAT JALAN PUSKESMAS TANJUNG PALAS BERDASARKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Imam Muazansyah

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kaltara, alyacarpet@gmail.com,

Irsyad Sudirman

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kaltara, isman.dodi77@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini untuk menganalisis kualitas pelayanan rawat jalan Puskesmas Tanjung Palas dengan metode Importance Performance Analysis. Pengambilan populasi menggunakan non probability sampling melalui convenience sampling. Kuesioner disebarikan kepada 99 responden yang merupakan sampel pasien rawat jalan di puskesmas Tanjung Palas. Indeks kepuasan pasien rawat jalan dengan menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) memperoleh hasil penelitian bahwa kualitas layanan sangat berdampak pada kepuasan pasien pengguna layanan jasa tersebut dengan dibuktikan kenyataan atau kinerja Puskesmas yang jauh dari harapan pasien, pasien kurang puas akan pelayanan yang diberikan oleh Puskesmas khususnya pada atribut atau kuadran I yaitu kebersihan Puskesmas, kelengkapan alat medis, dan kehandalan tenaga kesehatan baik dokter maupun perawat.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pasien, *Importance and Performance Analysis*

Abstract

This study was to analyze the quality of outpatient services at Tanjung Palas Community Health Center using the Importance Performance Analysis method. Population collection uses non probability sampling through convenience sampling. The questionnaire was distributed to 99 respondents who were samples of outpatients at the Tanjung Palas health center. The outpatient satisfaction index using the Importance Performance Analysis (IPA) obtained the results of research that service quality had a significant impact on patient satisfaction with service users with proven reality or performance of health centers that were far from patient expectations, patients were less satisfied with the services provided by the Center health, especially in attributes or quadrant I, namely cleanliness of the health center, completeness of medical devices, and reliability of health personnel both doctors and nurses.

Keyword : *Service Quality, Patient Satisfaction, Importance and Performance Analysis*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Hak cipta milik UIN Suska Riau. Seluruh isi dan gambar yang terdapat dalam naskah ini tanpa meniadakan dan menyebutkan sumber:
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa meniadakan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* PADA UKM GALLERY

Drajat Indrajaya

Universitas Indraprasta PGRI

Jl. Nangka No. 58 C (TB. Simatupang), Tanjung Barat, Jagakarsa, RT.5/RW.5, RT.5/RW.5, Tj. Bar., Jagakarsa,
Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12530

E-mail : drajat.indrajaya@yahoo.com

ABSTRAK

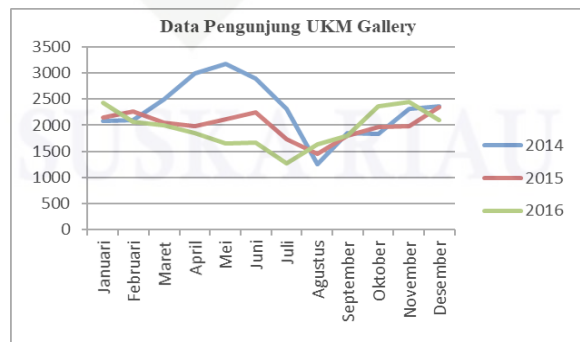
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan, Mengetahui kinerja UKM Gallery terhadap atribut kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan pelanggan, Mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang di berikan UKM Gallery, Mengetahui hubungan Karakteristik pelanggan dengan tingkat kepuasan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua atribut yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan UKM Gallery. Kedua atribut itu antara lain : pelayanan terhadap keluhan konsumen yang berbelanja (atribut 7), dan jaminan keamanan produk (atribut 10). Kinerja UKM Gallery terhadap atribut kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan pelanggan masih kurang memuaskan. Hal ini Berdasarkan hasil dari Importance Performance Analysis yang menunjukkan bahwa terdapat dua atribut yang berada pada kuadran pertama (prioritas utama) yang mana atribut-atribut yang terdapat pada kuadran ini merupakan atribut-atribut yang memiliki nilai kepentingan yang tinggi bagi konsumen, namun kinerjanya masih kurang memuaskan. Berdasarkan Customer Satisfaction Indeks (CSI), Dketahui bahwa nilai CSI sebesar 0,71 atau 71 persen yang mana nilai tersebut berada pada interval nilai 0,66 – 0,80 yang berarti konsumen telah “puas” terhadap kinerja pelayanan UKM Gallery. Berdasarkan uji Korelasi Chi Square yang dilakukan pada enam variabel karakteristik pelanggan diketahui bahwa terdapat dua variabel yang memiliki hubungan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Kedua variabel tersebut antara lain sebagai berikut : usia dan pendidikan terakhir.

Kata kunci : kepuasan pelanggan, pelayanan, CSI, kualitas, produk, kepentingan.

1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu titik ukur dari perkembangan suatu perusahaan atau instansi. Hal tersebut dapat dinilai dari kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, diperlukan pelayanan yang baik. Ini penting mengingat berbagai kegiatan bisnis bermuara pada trust yang harus dijaga serta dinamika pasar yang terus berkembang ditambah persaingan bisnis yang terus meningkat dengan hadirnya kompetitor yang menawarkan pelayanan yang lebih baik. Potensi sumber daya serta kinerja yang baik merupakan elemen yang penting untuk memiliki keunggulan bersaing dalam ketatnya persaingan bisnis tersebut. Lembaga Layanan Koperasi Usaha kecil dan Menengah atau orang sering menyebutnya UKM Gallery merupakan sebuah ruang pameran yang terdapat dalam gedung SME TOWER yang terletak di jalan Gatot Subroto-Jakarta. Perusahaan yang bergerak di bidang ritel ini menjual berbagai produk 100% buatan Indonesia, UKM Gallery dapat dikatakan ritel yang pengunjungnya tidak selalu ramai setiap harinya,

oleh karena itu semakin ketatnya persaingan serta pelanggan yang semakin selektif dan berpengetahuan, UKM Gallery harus selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada konsumennya. Terlebih dahulu harus diketahui apakah pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan selama ini telah sesuai dengan harapan pelanggan atau belum sesuai.



Gambar 1. Garfik Data Customer yang datang di UKM Gallery

MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MELAKUKAN *CUSTOMER UNDERSTANDING*

Siti Nuryudayatun

Akademi Manajemen Administrasi (AMA) “YPK” Yogyakarta

ABSTRAK

Beberapa pokok bahasan mengenai pentingnya memahami kebutuhan pelanggan, tujuan dari customer understanding dan pengertian kepuasan konsumen akan dibahas dalam tulisan ini. Pembahasan dalam tulisan ini dimulai dari definisi customer understanding, pentingnya memahami kebutuhan pelanggan, kepuasan konsumen. Konsumen yang puas merupakan asset bagi perusahaan sehingga memahami kebutuhan pelanggan menjadi hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan. Upaya memahami pelanggan ini dapat dilakukan melalui pendekatan diantaranya adalah melakukan pendekatan dengan sikap empati terhadap pelanggan, berusaha penuh perhatian, mencatat kebutuhan pelanggan, dan menjelaskan dengan sejujurnya.

Kata Kunci: *Kepuasan Pelanggan, Customer Understanding*

PENDAHULUAN

Kelangsungan hidup sebuah perusahaan sangat tergantung pada kepuasan para pelanggannya dan kemampuan menghasilkan keuntungan. Sebuah perusahaan yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggannya, akan tetapi tidak mampu menghasilkan keuntungan, tidak mungkin akan tetap eksis dan berkembang. Inti dari kegiatan pemasaran adalah mengetahui keinginan konsumen serta berusaha memuaskan keinginan tersebut. Konsumen yang puas akan sebuah produk atau jasa mempunyai kecenderungan untuk mengkonsumsi produk atau jasa tersebut berulang kali, hal itu akan menciptakan konsumen yang loyal atau setia. Pada akhirnya konsumen yang loyal akan meningkatkan profit perusahaan.

Kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dua faktor, yakni harapan konsumen akan kinerja sebuah produk atau jasa, dan kenyataan yang mereka terima setelah mengkonsumsi produk atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas jika kinerja produk atau jasa sama atau bahkan melebihi harapan semula. Sebaliknya, konsumen akan tidak puas jika kinerja produk atau jasa tidak sesuai dengan harapannya. Sedangkan menurut Umar (2002) faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan

KUALITAS PELAYANAN BANK DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) TERHADAP KEPUASAN NASABAH

Yudi Siyamto
STIE-AAS Surakarta
 Email: *yudi.siyamto@yahoo.com*

Abstrak

The purpose of this study was to determine the quality of services provided by the bank in serving kepuasan customers using 5 dimensions of assurance, reliability, tangibility, empathy, and responsiveness, so from that dimension is unknown dimension into the client's preferences into consideration the quality of services by banks in Surakarta. The method used is the Importance Performance Analysis (IPA) and the Customer Satisfaction Index (CSI) doped with Microsoft software Excel for Windows and SPSS for windows. Questionnaires distributed amounted to 90 respondents with a sampling with accidental sampling method. The results of data processing by using IPA (Importance Performance Analysis) obtained an average rate of 95.21% suitability. Furthermore, for the assessment of the quadrant where the priority that should be corrected is related Equanimity customers and Ease of providing services. However the overall services provided by the bank are quite satisfied because of the 20 attributes, only the second to be prioritized. It was also evident from the results of the methods CSI (Customer Satisfaction Index) indicates the level of customer satisfaction by 80.80%. The value is in the range from 66 to 80.99%, so overall customers are satisfied with the performance of the services provided by the bank in Surakarta.

Keywords: Service Quality, Importance Perormance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), Customer Satisfaction

Pendahuluan

Dalam menjalankan setiap tugasnya perbankan membutuhkan kepercayaan dari nasabah karena salah satu fungsi perbankan adalah sebagai lembaga intermediasi. Sehingga untuk memperoleh kepercayaan tersebut maka perbankan harus dapat bekerja secara profesional sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah mulai dari segi keuangan, segi pelayanan, dan strategi pemasaran harus dikelola dengan baik, serta perbankan juga harus semakin kreatif dalam menghasilkan produk-produk terbaru yang diinginkan masyarakat atau nasabahnya.

Otoritas jasa keuangan dalam data statistik perbankan Indonesia, menyatakan

bahwa perkembangan perbankan di Indonesia sampai dengan bulan November 2014 tercatat jumlah bank umum yang berdiri sebanyak 119 dengan jumlah kantor sebanyak 19.780 bank, sedangkan pada buan Desember 2015 menjadi 118 bank dengan jumlah kantor sebanyak 32.963. Hal ini mengalami penurunan dari sejak tahun tahun 2013 yaitu sebanyak 120 bank.¹

Melihat perkembangan perbankan saat ini membawa dampak pada perdagangan bebas yang terjadi, dimana hal ini mengakibatkan setiap perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat.

¹ Statistik Perbankan Indonesia - Vol. 14, No. 1, Desember 2015

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PRODUKTIVITAS KERJA DOSEN DAN TENAGA KEPENDIDIKAN POLITEKNIK HARAPAN BERSAMA

Ghea Dwi Rahmadiane¹, Wildani Eko Nugroho², Meiriska Intan Syarifudin³

^{1,2,3}Politeknik Harapan Bersama

Email: ghea.dwi@poltektegal.ac.id¹

Abstrak

Produktivitas dalam arti teknis mengacu pada derajat keefektifan dan efisiensi dalam pemanfaatan berbagai sumber daya. Produktivitas kerja dalam pengertian perilaku merupakan suatu sikap mental yang senantiasa berusaha untuk berkembang. Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh fleksibilitas kerja, kedisiplinan, dan etos kerja terhadap produktivitas kerja pegawai Politeknik Harapan Bersama. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai Politeknik Harapan Bersama sebanyak 254 pegawai antara lain 132 dosen dan 122 tenaga kependidikan tetap maupun kontrak. Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan proporsional sampling yaitu penentuan sampel penelitian dengan proporsi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara convenience sampling/incidental sampling. Analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda dan persamaan regresi linier berganda adalah $Y = 6.265 + 0.220 FK + 0.247 KD + 0.222 EK$. Pada perhitungan analisis bahwa diketahui variabel fleksibilitas diperoleh t hitung = 4,495 > t tabel dan nilai signifikan sebesar $0,021 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa secara parsial fleksibilitas kerja berpengaruh terhadap produktivitas kinerja, variabel kedisiplinan diperoleh t hitung = 5,620 > t tabel dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa secara parsial kedisiplinan berpengaruh terhadap produktivitas kinerja, serta variabel etos kerja diperoleh t hitung = 4,289 > t tabel dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka hal ini menunjukkan bahwa secara parsial etos kerja berpengaruh terhadap produktivitas kinerja.

Kata Kunci: produktivitas, fleksibilitas, kedisiplinan, etos kerja

Abstract

Productivity in a technical sense refers to the degree of effectiveness and efficiency in the utilization of various resources. Work productivity in the sense of a behavior a mental attitude that seeks to develop. The purpose of this study was to determine the effect of work flexibility, discipline, and work ethic on the work productivity of the Harapan Bersama Polytechnic employees. The population in this study were employees of the Harapan Bersama Polytechnic as many as 254 employees between 132 lecturers and 122 permanent and contract education staff. The sample in this study was determined using proportional sampling, namely determining the research sample with proportions. The sampling technique in this study was carried out by convenience sampling/incident sampling. The analysis in this study is multiple regression analysis and the multiple linear regression equation is $Y = 6.265 + 0.220 FK + 0.247 KD + 0.222 EK$. In the analysis that it is known that the flexibility variable obtained t arithmetic = 4.495 > t table and a significant value of $0.021 < 0.05$, this shows that partially work flexibility affects performance productivity, the discipline variable is obtained t arithmetic = 5,620 > t table and a significant value of $0.000 < 0.05$ then this shows that partially discipline

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi

¹Siti Nur Khoiria, ²Kasful Anwar US

¹Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Article history

Received: 10-03-2021

Revised: 12-04-2021

Accepted: 03-05-2021

*Corresponding Author:

Siti Nur Khoiria,

Kasful Anwar US,

Jurusan Ekonomi Syariah,

Fakultas Ekonomi dan

bisnis Islam,

Universitas Negeri Sulthan

Thaha Saifuddin Jambi

Email: stnkunur1@gmail.com

<http://www.stnkunur1@gmail.com>

Abstrak: Penelitian ini berfokus pada kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan terhadap Warung Steak On You di Kota Jambi. Tujuan penelitian ini mengetahui dan mengevaluasi tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Warung Steak On You sebagai tempat makan yang banyak digemari masyarakat Kota Jambi khususnya para remaja. Metode yang digunakan adalah metode Analisis Deskriptif Kualitatif dan metode ServQual. Metode ServQual ini terdiri dari penilaian terhadap beberapa dimensi yaitu: Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Empathy (Empati) dan Tangible (Bukti Fisik). Penilaian dalam pengumpulan data dilakukan dengan observasi lingkungan sekitar Warung Steak On You dan wawancara langsung terhadap konsumen Warung Steak On You sebagai responden penelitiannya. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian juga mendapatkan hasil bahwa para konsumen dinilai puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Warung Steak On You. Hal ini dapat menjadi evaluasi tentang efektifitas kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan

PENDAHULUAN

Perkembangan perekonomian pada saat ini sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat dalam menentukan kebutuhan yang mereka butuhkan. Pengaruh dari tingkat pendapatan seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk saat ini juga berpengaruh terhadap tingkat permintaan masyarakat. Dengan tingginya tingkat permintaan banyak dari perusahaan kecil sampai perusahaan besar berlomba-lomba dalam mempromosikan produk yang mereka hasilkan. Hal tersebut juga menjadikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penghasil produksi dalam memperoleh kepuasan pelanggan terhadap produk yang mereka tawarkan. Banyak dari produsen berlomba-lomba untuk menghasilkan produk ataupun kualitas yang baik sehingga mampu mempunyai keunggulan dalam bersaing dengan perusahaan lainnya. Sehingga nantinya jika konsumen merasa pelayanan yang diberikan sangat memuaskan mereka akan menjadi pelanggan terhadap produk atau jasa dari perusahaan tersebut. Kepuasan konsumen nantinya akan menciptakan keyakinan terhadap perusahaan tersebut dalam memberikan produk atau jasa yang berkualitas dan memuaskan. Jika nantinya kualitas yang diberikan oleh perusahaan sangat baik maka akan terciptanya sebuah kepuasan konsumen.

Selain itu dengan melakukan metode pemasaran. Pemasaran berusaha menciptakan dan melakukan pertukaran produk baik barang maupun jasa kepada konsumen pasar. Seiring dengan perkembangan saat ini persaingan menjadi sangat ketat yang membuat para jasa pemberi layanan harus memberikan kepuasan kepada konsumennya. Dalam memberikan kualitas pelayanan ini tentunya tanpa harus membedakan antara konsumen satu dengan konsumen lainnya. Sebagai seorang karyawan yang memberikan langsung pelayanannya

Analisis kepuasan konsumen gojek di wilayah kota palangka raya

Billy Robertus Vandogi¹⁾, Sutan Parasian Silitonga²⁾, Robby³⁾

¹Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya

²Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya

³Program Studi Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Palangka Raya

ARTICLE INFO

Article History:

Received Feb 24th, 2021

Revised Mar 25th, 2021

Accepted Apr 29th, 2021

Keywords:

Gojek

Kepuasan Konsumen

Regresi Ordinal

ABSTRACT

Online transportation is currently popular among the general public, and one of them is Gojek, Gojek is very interesting to learn how to use it in Palangka Raya City. This research with the theme of consumer satisfaction with Gojek services in the Palangka Raya City area aims to determine the Gojek consumer satisfaction level model in Palangka Raya City. We conducted an online survey of Gojek users and conducted an analysis using the ordinal logit method in Palangka Raya City and it is processed by using the SPSS software so that it can be seen about the things that affect customer satisfaction for motorbikes in Palangka Raya City. The results showed that the model of the level of satisfaction was determined by age, occupation, safety, traffic violations, friendliness, unsuitable payment in the application. And a very significant technical performance is security, so it is recommended that the level of satisfaction really depends on the safety conditions of the Gojek model going forward.



© 2020 The Author(s). Published by Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Corresponding Author:

Billy Robertus Vandogi

Email: billyrvandogi26@gmail.com

How to Cite: Vandogi, B.R., Silitongan, S.P., Robby. (2021). Analisis kepuasan konsumen gojek di wilayah kota Palangka raya. *Sosio e-Kons*, 13 (1), 1-9. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v13i1.9078>

PENDAHULUAN

Di era yang maju seperti sekarang ini, transportasi merupakan penunjang penting (Kadarisman, Gunawan, & Ismiyati, 2016) dalam aktivitas sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Transportasi yang baik dapat menunjukkan keteraturan kota yang baik pula, hal ini disebabkan karena transportasi merupakan pendukung dalam percepatan pembangunan di suatu perkotaan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi kegiatan manusia maupun barang yang timbul akibat adanya aktivitas di daerah perkotaan. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat mempengaruhi kebutuhan di bidang jasa transportasi yang juga semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Gojek merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi online khususnya sepeda motor. Gojek awalnya masuk ke Kota Palangka Raya pada tanggal 17 Desember 2018 dan dengan cepatnya perkembangan teknologi membuat Gojek semakin terdepan di Kota Palangka Raya. Perusahaan Gojek merupakan startup asli ciptaan anak bangsa yang di perkenalkan oleh Nadiem Makarim pada tanggal 12 Oktober 2010. Gojek bermitra dengan para pengendara Ojek berpengalaman di Palangka Raya dan menjadi solusi utama dalam pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di kota Palangka Raya. Aplikasi Gojek dapat diunduh pada smartphone yang memiliki sistem operasi iOS atau pun Android.



ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN MELALUI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DAN STRATEGI PROMOSI (STUDI KASUS STARBUCKS PALEM SEMI KARAWACI)

Ananda Febri Pamungkas^{1*}, Husnayetti²

¹Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta,
 Jl. Ir.H. Juanda No.77, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten, 15419

*febriipamungkas@gmail.com

Diterima : 28 Oktober 2021

Direvisi : 28 Januari 2022

Disetujui : 21 Februari 2022

DOI : 10.24853/jmmb.3.1.11-20

ABSTRAK

Meningkatnya persaingan komersial telah menyebabkan perubahan perilaku pengambilan keputusan konsumen saat memilih produk. Banyaknya Coffee Shop yang tidak mampu *survive* pada akhirnya akan kalah saing oleh para kompetitor nya. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Rendahnya kualitas pelayanan, tidak hanya membuat pelanggan tersebut merasa kecewa tetapi juga dapat berdampak kepada orang lain. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Starbucks Palembang baik secara parsial maupun simultan. Desain pada penelitian memanfaatkan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif melalui bantuan *software* IBM SPSS Statistik versi 25. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan angket kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Starbucks Palembang. Sampel penelitian ini berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Promosi terhadap kepuasan konsumen pada Starbucks Palembang.

Kata kunci: *Kualitas Pelayanan, Strategi Promosi, Kepuasan Konsumen*

ABSTRACT

The increasing commercial competition has led to changes in consumer decision-making behavior when choosing products. A lots of coffee shops that are unable to survive will eventually lose out to their competitors. Service quality can affect customer satisfaction. The low quality of service, not only makes the customer feel disappointed but can also have an impact on others. The purpose of this study is to analyze how Service Quality and Promotional Strategies affect consumer satisfaction at Starbucks Palembang either partially or simultaneously. The design in this study utilizes a quantitative approach with an associative approach through the help of IBM SPSS Statistics software version 25. The data collection technique is by distributing questionnaires. The population in this study were consumers of Starbucks Palembang. The sample of this study amounted to 100 respondents who were taken using the purposive sampling method. The results showed that there was an effect of Service Quality and Promotion Strategy on consumer satisfaction at Starbucks Palembang.

Keywords: *Service Quality, Promotion Strategy, Consumer Satisfaction*



ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP BENGKEL DENGAN METODE IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS) DI PT. ARINA PARAMA JAYA GRESIK

Wirdha Purnomo

S1 Pendidikan Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

e-mail: purnomowirdha@yahoo.co.id

Dyah Riandadari

Jurusan Teknik Mesin, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

e-mail: dyahreri@yahoo.com

Abstrak

Semakin tinggi jumlah mobil yang ada di jalanan, juga menyebabkan semakin banyak bengkel yang ada. Hal itu menciptakan persaingan yang ketat antara bengkel satu dengan yang lain. Pelanggan datang dengan harapan yang tinggi namun pelanggan merasa kecewa karena pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, hal tersebut juga terjadi di bengkel Arina Motor. Oleh karena itu, dilakukan penelitian untuk menganalisa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan bengkel di Arina Motor. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan kualitatif. Variabel penelitian merupakan atribut pelayanan bengkel Arina Motor, atribut kualitas pelayanan diidentifikasi dari indikator kepuasan menurut pelanggan yang diungkapkan Zeithmal dkk, yaitu dengan TRREASE (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*). Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan di bengkel Arina Motor menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Metode IPA pada tingkat kesesuaian membandingkan antara tingkat kepentingan (harapan), dengan tingkat kinerja pelayanan yang di berikan bengkel kepada pelanggan. Hasilnya di jabarkan dan dibagi pada empat bagian pada diagram kartesius. Hasil dari penelitian dengan metode *Importance Performance Analysis* dari 23 atribut pelayanan bengkel Arina Motor didapat rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 94%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan bengkel Arina Motor. Berdasarkan diagram kartesius terdapat 13 atribut pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan, masing-masing atribut tersebar dalam 2 kuadran yaitu 6 atribut terdapat dalam kuadran A dan 7 Atribut terdapat dalam kuadran B

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, IPA (*Importance Performance Analysis*)

Abstract

The high increasingly number of the cars also causing the are many more workshop. It creating intense competition among the workshop. Customers come with high expectations but they are feel disappointed because the service provided does not match what they expected, it is also the case in the workshop Arina Motor. Therefore, conducted a study to analyze customer satisfaction with the service workshop at Arina Motor. This research is a descriptive quantitative and qualitative research. Variable research is Arina Motor workshop service attributes, attributes of service quality identified by customer satisfaction indicators expressed Zeithmal et al, namely with TRREASE (*Tangibles, reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*). Measuring the level of customer satisfaction in the Arina Motor using IPA (*Importance Performance Analysis*). IPA method on the level of concordance compare the level of interest (expectation) with the performance level of workshop service. The results is discribe and divided in four parts on the Cartesian diagram. The results of the study by *Importance Performance Analysis* from 23 attributes Arina Motor workshop service obtained level of concordance 94%. This indicates that customers are satisfied with the services provided Arina Motor workshop. Based on the Cartesian diagram there are 13 service attributes that are important to customers, each attribute is dispersed in 2 quadrants 6 attributes contained in quadrant A and 7 Attributes contained in quadrant B

Keywords: Customer Satisfaction, IPA (*Importance Performance Analysis*)

PENDAHULUAN

Mobil merupakan kendaraan bermotor yang sangat penting dalam mobilitas kegiatan manusia setiap harinya. Seiring dengan berkembangnya zaman serta teknologi, mobil tentunya bukan suatu barang yang mewah lagi, karena mobil sudah termasuk kebutuhan primer bagi sebagian orang. Oleh karena itu

untuk kebutuhan pemeliharaan serta kenyamanan kendaraan, dibutuhkan bengkel atau tempat untuk *service* kendaraan agar tetap nyaman dan aman untuk digunakan.

Semakin banyak jumlah mobil yang ada, semakin banyak pula bengkel/ tempat *service* yang ada. Persaingan yang ketat menentukan akan masa depan



ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PRODUK PADA *SUPERMARKET* DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*

Melfa Yola, Duwi Budianto

Program Studi Teknik Industri, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
melfa_yola@yahoo.com

Dikirimkan 1 Maret 2013

Diterima 1 Mei 2013

Abstract

Currently, the number of retail companies grow rapidly. This condition make high level competition between retailing in Indonesia and each of company need to have effective strategy to survive in retail business. Beside, a number of big company also take opportunity to expand retail business, not only into big size category (e.q. Hypermarket) but also into small size such as mini market. It can be big challenges for Small Medium Enterprise to handle this situation. The Objective of this paper is to explain the priority of importance factors of customer satisfaction in a supermarket, as a strategy for company to survive in retail business. Data is collected by spreading questioner to 385 respondents, and processed by using Importance-Performance Analysis (IPA) to compare between customer's expectations and company's performances. There are 11 factors that company must pay attention and it is shown in Cartesian Diagram

Keywords: Supermarket, customer satisfaction analysis, Importance Performance Analysis

1. PENDAHULUAN

Pada umumnya perusahaan hidup dalam lingkungan yang berubah dengan cepat, dinamis dan rumit. Perusahaan harus mampu bersaing dalam menunjukkan keunggulan akan produk atau jasa yang dihasilkan dibanding kompetitornya. Apabila suatu perusahaan ritel sudah bisa mendapatkan konsumen, langkah selanjutnya adalah bagaimana agar konsumen tersebut bisa menjadi pelanggan tetapnya dan mempertahankan loyalitas konsumen untuk terus bisa berbelanja di perusahaan ritel tersebut.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tse and Wilton (1988) dinyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual layanan setelah memakainya. Shemwell; Yavas and Bilgin (1998) secara tegas membedakan antara service quality

dan customer satisfaction, service quality merupakan bagian dari proses kognitif, sedangkan *consumer satisfaction* merupakan bagian dari proses afektif. Hal ini patut diperhatikan karena saat ini konsumen tidak hanya berpedoman pada harga yang murah saja, tetapi juga pada kualitas pelayanan, lokasi usaha, Kualitas produk yang ditawarkan, serta kerapian tata letak produk yang dilakukan dan lain sebagainya (yuliani, 2005).

Berdasarkan hal-hal diatas maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kepuasan dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

1. kepuasan terhadap kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan.
2. kepuasan terhadap kemauan membantu pelanggan.
3. kepuasan terhadap pengetahuan dan kesopanan.
4. kepuasan terhadap kepedulian pada pelanggan dan



ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN JASA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (Studi Kasus di Restoran Warung Subak, Peguyangan Denpasar)

I A Istri Manik Iswari¹, A.A.P. Agung Suryawan Wiranatha², I Ketut Satriawan²

¹Mahasiswa Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian UNUD

²Dosen Jurusan Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian UNUD

Email: istrimanik194@gmail.com¹

Email koresponden: agung_suryawan@unud.ac.id²

ABSTRACT

Consumer satisfaction is consumer response to evaluation of incompatibility between previously expectations to the actual performance that is felt after use. The aim of this research is to determine the attributes that are considered important by consumers in order to achieve customer satisfaction. The study was conducted in Restaurant Warung Subak Peguyangan Denpasar. Sampling is with purposive sampling method and data was collected by distributed questionnaires and interview directly some respondents. Analyzed was undertaken by used Importance Performance Analysis technique and Cartesian diagram. The results showed that the highest consumer satisfaction was the attribute no.1 were Warung Subak has meeting room facilities, wifi, parking, toilet with the compatibility level of 98,3%. The lowest level of compatibility is the attribute no. 7 are Warung Subak serves consumers fastly in a short time and soon with the compatibility level of 80,1%. Quadrant A showed the attributes that are considered important and get priority of the company based on the level of importance and performance was the attribute no.2 were Warung Subak had a strategic location, attribute no.7 were Warung Subak serves consumers fastly in a short time and soon and the attributes no.8 were good processing of food and beverages at Warung Subak.

Keywords: *customer satisfaction, Importance Performance Analysis, restaurant.*

PENDAHULUAN

Dewasa ini konsumen tidak hanya mengutamakan jenis dan harga produk, tetapi juga kualitas pelayanan dan jasa yang diberikan oleh sebuah restoran menjadi hal yang penting bagi konsumen. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan perusahaan untuk mencapai kepuasan konsumen (Kotler, 1993). Kepuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaiannya. Kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting untuk dicapai oleh sebuah restoran.

Restoran memiliki pengertian sebagai suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial untuk menyelenggarakan jasa pelayanan berupa makanan maupun minuman (Dian dan Deoranto, 2014). Salah satu restoran yang mengedepankan kepuasan konsumen sebagai visi pentingnya adalah Restoran Warung Subak Peguyangan Denpasar yang memiliki produk andalan yaitu ikan bakar dan *seafood*. Restoran ini mulai menemukan masalah dari segi pelayanan. Data

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN EMOSIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA HONDA IDK 2 MEDAN

HUSNI MUHARRAM RITONGA, BA, MSC
DEWI NURMASARI PANE, SE., MM.

Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

CITRA ANITA RAHMAH, S.E.

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan emosional terhadap kepuasan pelanggan pada Honda IDK2 Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi adalah 700 pelanggan, dengan jumlah sampel yaitu 87 orang pelanggan pada Honda IDK2 Medan. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Data penelitian bersumber dari data primer dan proses pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner dan pengamatan. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa hasil uji t variabel kualitas pelayanan sebesar 2,378 dan signifikansi $0,020 < 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan variabel emosional sebesar 4,752 dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya emosional secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F sebesar 22,721 dan signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan dan emosional secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji R^2 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* 0,336 artinya 33,6% kepuasan pelanggan dapat diperoleh dan dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan emosional.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Emosional, dan Kepuasan Pelanggan

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan pelanggan menurut Aritonang (2010) adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk tersebut. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, konsumen akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Sebuah perusahaan berpotensi meningkatkan pangsa pasar melalui pemenuhan tingkat kualitas pelayanan pelanggan. Kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan (Tjiptono, 2011). Memahami kebutuhan konsumen dan proses pembelian adalah dasar bagi suksesnya pemasaran karena dengan demikian perusahaan dapat menyusun strategi yang efektif untuk mendukung penawaran yang menarik bagi pasar sasaran.