

# Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (Ipa) Pada Caffe & Resto Wirajuara 2023

1<sup>st</sup> Akhmad Wildan Arief Nurzaman

Fakultas Ilmu Terapan

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

[wildanarief@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:wildanarief@student.telkomuniversity.ac.id)

2<sup>nd</sup> Riska Aprilina

Fakultas Ilmu Terapan

Universitas Telkom

Bandung, Indonesia

[rkptelu@telkomuniveristy.ac.id](mailto:rkptelu@telkomuniveristy.ac.id)

**Abstrak** —Pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada era new normal terus meningkat, dengan dampak yang signifikan terhadap sektor kuliner. Industri kuliner mengalami perubahan yang besar dengan peningkatan jumlah restoran, rumah makan, dan cafe di Indramayu dari tahun 2019 hingga 2021. Bisnis kuliner yang terus berkembang, diperlukan inovasi dan kreativitas yang tinggi untuk menciptakan produk kuliner yang istimewa dan berkualitas. Sebagai pengusaha kuliner, tidak hanya menjual produk saja yang harus menjadi fokus, tetapi juga perlu memberikan perhatian pada kualitas layanan yang diberikan. Hal ini penting agar dapat terus menarik minat pelanggan, memberikan kepuasan kepada mereka, dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang serta mungkin merekomendasikan tempat tersebut kepada teman atau keluarga. Caffe & Resto Wirajuara di Google Customer Review memiliki 359 ulasan dengan distribusi peringkat sebagai berikut: 1 bintang (1,3%), 2 bintang (0,2%), 3 bintang (2,2%),

4 bintang (5,8%), dan 5 bintang (90%). Meskipun mendapat banyak ulasan positif, beberapa konsumen masih merasa kecewa atas pelayanan yang diberikan Caffe & Resto Wirajuara.

Tujuan penelitian untuk mengukur, menilai dan memperbaiki kepuasan konsumen berdasarkan dimensi kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh Caffe & Resto Wirajuara untuk konsumen yang telah berkunjung. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kuantitatif, dengan mengumpulkan data primer dan sekunder melalui berbagai teknik seperti wawancara, kuesioner, observasi, dan peninjauan literatur. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode Nonprobability Sampling jenis Sampling Purposive, yang melibatkan 82 responden. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif, serta menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) untuk mengevaluasi dan memperbaiki kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen.

Hasil perhitungan dari analisis deskriptif, ditemukan bahwa kinerja kenyataan dan harapan konsumen memperoleh nilai sebesar 63,13% (dianggap penting) dan 70,06% (dianggap penting) masing-masing. Selisih antara kinerja aktual dan harapan, atau GAP, adalah sekitar -31. Selain itu, Customer Satisfaction Index (CSI) menghasilkan nilai sekitar 61,83% (cukup memuaskan). Selanjutnya, berdasarkan metode Importance Performance Analysis (IPA), terlihat

bahwa atribut-atribut yang termasuk dalam Kuadran III (prioritas utama) adalah atribut ke-1, 11, 12, 13, 14, 21, 23, dan 24 yang memerlukan perbaikan.

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

## I. PENDAHULUAN

Setelah pandemi Covid-19, ekonomi Indonesia mengalami penurunan pada tahun 2020, tetapi mulai pulih sejak memasuki era new normal. Pertumbuhan ekonomi Indonesia juga meningkat, dengan proyeksi tahun 2022 menunjukkan peningkatan signifikan sebesar 5,31%. Peningkatan ekonomi ini menciptakan dampak positif pada industri kuliner yang ada di Indonesia. Industri kuliner mengalami pertumbuhan yang pesat, terutama pada tahun 2022 dengan pertumbuhan tertinggi pada kuartal 4 sebesar 8,68%. Ini sejalan dengan semakin kreatifnya para pelaku usaha kuliner dalam menciptakan produk unik dan berkualitas yang memenuhi permintaan pasar yang semakin tinggi. Tidak hanya di kota-kota besar, namun industri kuliner juga tumbuh pesat di kota-kota kecil seperti Indramayu, Jawa Barat. Banyak pengusaha kuliner lokal yang memanfaatkan peluang ini dengan membuka berbagai tempat makan yang menawarkan hidangan khas Kabupaten Indramayu yang lezat dan unik.

Data yang berasal dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat menunjukkan adanya pertumbuhan yang terus meningkat signifikan dari tahun ke tahun dalam hal jumlah rumah makan, restoran, dan kafe di Kabupaten Indramayu. Data ini mencerminkan perkembangan yang sangat positif di seluruh kecamatan. Salah satu kecamatan yang berkembang pesat adalah Kecamatan Patrol, di mana ekonomi terus tumbuh. Caffe & Resto Wirajuara adalah salah satu cafe, restoran, dan rumah makan yang berdiri di kecamatan Patrol. Meningkatnya industri makanan dan minuman, Caffe & Resto Wirajuara memiliki banyak pesaing dalam hal kompetisi dan lainnya, dengan pesaing utamanya, Double R Coffee & Resto, yang memiliki fasilitas dan menu serupa. Saat ini, setiap cafe dan restoran berusaha untuk terlihat unggul dibandingkan dengan yang

lain dengan menonjolkan keunggulan mereka masing-masing. Namun, selain menonjolkan keunggulan individu mereka, perlu juga memberikan perhatian khusus terhadap mutu pelayanan yang diberikan oleh staf mereka. Oleh karena itu, Caffe & Resto Wirajura harus memperhatikan evaluasi kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawannya, sehingga dapat mengidentifikasi apakah konsumen merasa puas atau tidak puas dengan pelayanan yang mereka terima. Caffe & Resto Wirajura dapat mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan sudah merasa puas atau kurang puas dengan memantau Google Customer Review.

Google Customer Review merupakan layanan yang disediakan oleh Google secara gratis untuk mengumpulkan umpan balik berupa kritikan atau saran dari konsumen yang pernah melakukan pembelian pada perusahaan. Biasanya, Google Customer Review muncul ketika seseorang mencari atau telah mengunjungi sebuah tempat. Google Customer Review memberikan kesempatan kepada konsumen untuk memberikan ulasan tentang pengalaman mereka saat melakukan pembelian di suatu perusahaan. Selain itu, ulasan yang diberikan oleh konsumen melalui Google Customer Review juga dapat membantu perusahaan dalam memperkuat reputasi online mereka dan menarik minat calon konsumen baru.. Menurut data yang diperoleh oleh Google Customer Review yang terakhir penulis akses pada tanggal 18 September 2023, Caffe & Resto Wirajura memperoleh ulasan sebanyak 359. Konsumen yang memberikan bintang satu sebanyak 1,3%, bintang dua sebanyak 0,2%, bintang tiga sebanyak 2,2%, bintang empat sebanyak 5,8%, dan untuk bintang lima sebanyak 90%. Meskipun banyak ulasan positif, ada juga keluhan, seperti pesanan yang tidak sesuai, makanan yang kurang enak, dan ketidakpuasan terhadap perilaku karyawan. Dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan kepada konsumen belum dapat memuaskan sehingga membuat konsumen merasa kecewa dan kemungkinan untuk tidak kembali lagi untuk berkunjung di Caffe & Resto Wirajura. Pelayanan yang tidak memenuhi ekspektasi konsumen dapat memiliki dampak negatif pada tingkat kepuasan konsumen, yang pada gilirannya dapat merusak reputasi Caffe & Resto Wirajura.

Kepuasan konsumen adalah faktor kunci dalam bisnis, dan keluhan ini menyoroti pentingnya meningkatkan kualitas layanan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) pada Caffe & Resto Wirajura 2023".

## II. KAJIAN TEORI

Menurut Kotler dan Keller (2016:27) dalam Suryawardani dan Yulianingsih (2018:3) mengungkapkan bahwa pemasaran adalah proses dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran nilai produk dan jasa.[1] Menurut Kotler dan Armstrong (2016:33) dalam Suryawardani dan Murdani (2019:2) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan manajemen pemasaran adalah "The Art and science of

choosing target markets and building profitable relationship with them" Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka.[2]

Menurut Kotler dalam Bharmawan dan Hanif (2022:13) jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. [3].

Menurut Lupiyoadi (2016) dalam Purwaningsih (2021:81) pemasaran jasa adalah tindakan yang di tawarkan oleh salah satu pihak yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.[4] Menurut Tjiptono (2011) dalam Kurniasih (2021:15) kualitas layanan itu sendiri ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.[5]

Menurut Kotler dan Keller (2012) dalam Rosmayanti dan Sudirman (2020:120) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. [6].

## III. METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk menginvestigasi suatu populasi atau sampel tertentu, di mana data dikumpulkan melalui penggunaan instrumen penelitian, data dianalisis secara statistik, dan tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan ini melibatkan upaya pemahaman terhadap fenomena di sekitar melalui eksperimen.

Menurut Sugiyono dalam Suharyat (2022:19) Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sample tertentu, dimana teknik pengambilan sampelnya dilakukan secara random [7].

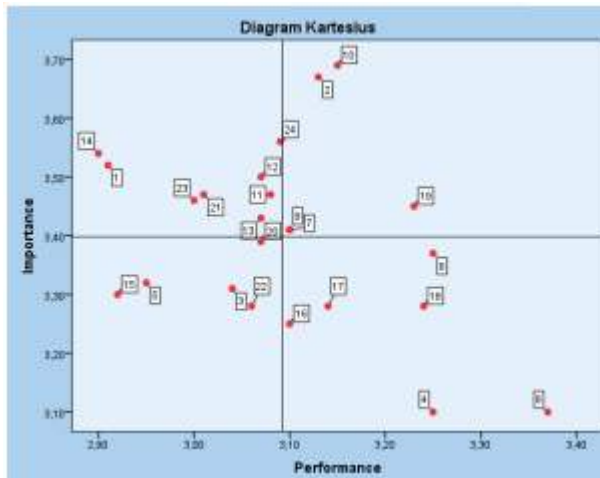
Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi mutu pelayanan dengan upaya untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan di Caffe & Resto Wirajura. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas terhadap 24 pertanyaan menunjukkan bahwasannya data hasil kuesioner yang digunakan oleh peneliti dapat dianggap valid, karena total korelasi Pearson pada setiap pernyataan lebih tinggi dari 0,283. Hal ini menegaskan bahwa data yang digunakan oleh peneliti memiliki validitas yang memadai, sehingga dapat diandalkan untuk menghasilkan hasil yang signifikan. Reabilitas diukur menggunakan koefisien alpha Cronbach, dengan batas reabilitas minimum yang ditetapkan sebesar 0,6.

Hasil perhitungan dari data yang telah diolah menunjukkan bahwa nilai uji reabilitas untuk kenyataan adalah 0,977, sementara untuk harapan adalah 0,975. Hal ini

menunjukkan bahwa hasil tersebut dianggap memiliki tingkat reabilitas yang tinggi dan dapat diandalkan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan di Caffe & Resto Wirajuara memiliki nilai rata-rata sebesar kenyataan 63,13% dan harapan 70,06%. angkat tersebut berada dalam kategori penting.



GAMBAR 1

Berdasarkan gambaran yang terlihat dalam diagram yang telah disajikan sebelumnya, kita bisa mengenali posisi unsur-unsur atribut spesifik dalam empat kuadran yang telah ditentukan: Kuadran I, Kuadran II, Kuadran III, dan Kuadran IV. Hasil tersebut dapat dijelaskan dengan rincian berikut:

#### A. Kuadran I Berlebihan (Possible overkill).

Berikut adalah poin-poin mengenai unsur-unsur dalam Kuadran I:

1. Pada poin ke 4 berwujud (Tangible), Caffe & Resto Wirajuara mudah ditemukan
2. Pada poin ke 6 berwujud (Tangible), Fasilitas Caffe & Resto Wirajuara (WI-FI, Meja, Kursi, Mushola, WC, Tempat Parkir)
3. Pada poin ke 8 berwujud (Tangible), Media Pembayaran sudah bervariasi (Shopee pay, Gopay, Debit, dll)
4. Pada poin ke 16 jaminan dan kepastian (Assurance), Merasa aman menyimpan kendaraan di parkir Caffe & Resto Wirajuara
5. Pada poin ke 17 jaminan dan kepastian (Assurance), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara selalu menjaga kebersihan peralatan
6. Pada poin ke 18 jaminan dan kepastian (Assurance), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara selalu menjaga kebersihan tempat.

#### B. Kuadran II Pertahankan Kinerja (Keep Up the Good Work).

Berikut adalah poin-poin mengenai unsur-unsur dalam Kuadran II:

1. Pada poin ke 2 berwujud (Tangible), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara berpenampilan rapih
2. Pada poin ke 7 berwujud (Tangible), Sarana yang ada di Caffe & Resto Wirajuara memadai
3. Pada poin ke 9 keandalan (Reliability), Caffe & Resto Wirajuara memberikan pelayanan yang sesuai prosedur

4. Pada poin ke 10 keandalan (Reliability), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara memberikan makanan dan minuman sesuai dengan yang konsumen pesan
5. Pada poin ke 19 jaminan dan kepastian (Assurance), Karyawan dapat memberikan pelayanan yang membuat konsumen Caffe & Resto Wirajuara nyaman

#### C. Kuadran III Prioritas utama (Concentrate Management Here).

Berikut adalah poin-poin mengenai unsur-unsur dalam Kuadran III:

1. Pada poin ke 1 berwujud (Tangible), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara menggunakan seragam dalam bekerja
2. Pada poin ke 11 keandalan (Reliability), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara dapat diandalkan dalam melayani konsumen
3. Pada poin ke 12 keandalan (Reliability), Kemampuan karyawan Caffe & Resto Wirajuara mampu mengelola makanan dan minuman dengan baik
4. Pada poin ke 13 daya tanggap (Responsiveness), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara cepat tanggap dalam merespon segala kebutuhan konsumen
5. Pada poin ke 14 daya tanggap (Responsiveness), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara melakukan proses pelayanan secepat mungkin
6. Pada poin ke 21 empati (Empathy), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara peka dalam memenuhi kebutuhan konsumen
7. Pada poin ke 23 empati (Empathy), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara tidak membedakan konsumen
8. Pada poin ke 24 empati (Empathy), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara sabar dalam menghadapi konsumen

#### D. Kuadran IV Prioritas rendah (Low Priority).

Berikut adalah poin-poin mengenai unsur-unsur dalam Kuadran IV:

1. Pada poin ke 3 berwujud (Tangible), Caffe & Resto Wirajuara memiliki tempat yang tenang
2. Pada poin ke 5 berwujud (Tangible), Caffe & Resto Wirajuara memiliki dekorasi yang menarik
3. Pada poin ke 15 daya tanggap (Responsiveness), Karyawan Caffe & Resto Wirajuara memiliki inisiatif memberikan dan menjelaskan menu saat konsumen datang
4. Pada poin ke 20 jaminan dan kepastian (Assurance), Karyawan selalu melayani konsumen dengan ramah
5. Pada poin ke 22 empati (Empathy), Caffe & Resto Wirajuara selalu terbuka menerima kritik dan saran dari konsumen.

Semua 24 pertanyaan menunjukkan perbedaan (GAP) antara kenyataan dan harapan. Rata-rata skor kenyataan (Performance) adalah 3,09, sedangkan rata-rata skor harapan (Importance) mencapai 3,40. Perbedaan ini menghasilkan GAP sebesar -0,31.

TABEL 1

Pernyataan	WF	WS
1	4,31	12,56
2	4,50	14,08
3	4,05	12,34
4	3,80	12,35
5	4,07	12,01
6	4,13	13,43
7	4,18	12,96
8	3,80	12,81
9	4,18	12,96
10	4,52	14,25
11	4,25	13,10
12	4,29	13,17
13	4,20	12,91
14	4,34	12,59
15	4,04	11,81
16	3,98	12,35
17	4,02	12,63
18	4,02	13,03
19	4,23	13,66
20	4,15	12,76
21	4,25	12,80
22	4,02	12,30
23	4,24	12,72
24	4,36	13,49
<b>WT</b>		<b>309,18</b>
<b>CSI</b>		<b>61.83</b>

Hasil Customer Satisfaction Index sebesar 61,83% menunjukkan tingkat kepuasan yang cukup puas (Quite Satisfied) dari para konsumen Caffe & Resto Wirajuara. Meskipun cukup puas, masih ada ruang untuk peningkatan dalam berbagai aspek. Tujuannya adalah mencapai tingkat kepuasan yang sangat tinggi (Very Satisfied) di atas 81%, memenuhi ekspektasi konsumen sepenuhnya.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai rata-rata kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan di Caffe & Resto Wirajuara adalah sekitar 63,13%, yang menandakan bahwa kualitas layanan sangatlah relevan. Sementara itu, nilai rata-rata harapan (Importance) adalah sekitar 70,06%, juga menunjukkan pentingnya harapan konsumen terhadap kualitas layanan.

Terdapat kesenjangan (GAP) antara kenyataan (Performance) dan harapan (Importance) sebesar -0,31, menunjukkan bahwa Caffe & Resto Wirajuara belum mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan konsumen.

Customer Satisfaction Index (CSI) sekitar 61,83%, mengindikasikan tingkat kepuasan yang cukup puas. Namun, perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan konsumen sepenuhnya.

Matriks Importance Performance Analysis (IPA) menyoroti pentingnya peningkatan kinerja karyawan dalam penampilan, keterampilan, dan kesabaran dalam berinteraksi dengan konsumen, serta perlakuan yang konsisten terhadap konsumen

## REFERENSI

- Yanti, P. D. (2022). Analisis Service Quality Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Pada RWFOOD Kota Batam Tahun 2022. Bandung.
- Yulianingsih, Ayu, and Bethani Suryawardani. "Pengaruh Experiential Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Nexa Hotel Bandung Tahun 2018)." *Eproceedings Of Applied Science 4.2* (2018).
- Djorgi, Rozul Moehammad, and Astri Wulandari. "ANALISIS CUSTOMER SATISFACATION DALAM PROSES REGISTRASI INDIHOME MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) (Studi Kasus Pada Tim Digital Channel Indihome Telkom Regional 4 Jateng-DIY 2022)." *eProceedings of Applied Science 8.5* (2022).
- Irgandi, Dimas Harvid, Widya Sastika, and Nellyaningsih Nellyaningsih. "Service Quality Dengan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Cv Indolecture Pramadana Kreasi Kota Bandung Tahun 2019." *eProceedings of Applied Science 5.2* (2019).
- Sugiyono (2019),
- METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D. Bandung: Alfabeta Sugiyono (2020), Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta Sugiyono (2020), Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta Utomo, Tasya Yesica & Wulandari A. (2021).
- Tinjauan Metode Ipa Untuk Mengukur Customer Satisfaction Berdasarkan Dimensi Servqual (Studi Kasus Pada Pelanggan Gigglebox Cafe & Resto Bandung Tahun 2021). Murdana, Yopy Triski, and Bethani Suryawardani. "Pengaruh Sosial Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Brand Awareness Pada Pt. Dealpro Indonesia Bandung 2019." *eProceedings of Applied Science 5.2* (2019).
- Bharmawan Agus Surya dan Hanif Naufal (2022), MANAJEMEN PEMASARAN: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Purwaningsih Nining (2021), MANAJEMEN PEMASARAN: Saat Ini dan Masa Depan. Cirebon: Penerbit Insania.
- Darwas, Rahmadini, et al. "Level of student satisfaction with laboratory facilities using the importance performance analysis (IPA) method." *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems 12.3* (2020): 195-201.
- Sudrajad, J. S., and Nur Rahma Andayani. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Di Pt Ramajaya Copier." *Journal of Applied Business Administration 3.1* (2019): 119-131.
- Maryani, A. Y.

"Pengukuran kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan PT. BNI Syariah KC. Ciptat dengan metode importance performance analysis (IPA) & metode costumer statisfaction index (CSI)." FINANSIA: Jurnal Akuntansi dan Perbankan Syariah 2.2 (2019): 201-214. Akmalda, R. (2022).

Importance Perfomance Analysis (IPA) untuk Mengetahui Kepuasan Pelayanan melalui Kualitas Layanan Kona Gelato and Coffee Cimahi 2022, Bandung.

