

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DENGSN METODE
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) (STUDI KASUS : KEDAI
TUJUH GEROBAK)**

**ANALYSIS OF THE LEVEL OF CONSUMER SATISFACTION WITH THE
PRODUCT USING THE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS
METHODE (IPA) (A CASE STUDY OF KEDAI TUJUH GEROBAK)**

**Andrew Setiawan Rusdianto^{1*}, Winda Amilia¹, Miftahul Choiron¹, Bertung
Suryadharma¹, Dyah Ayu Kusuma Wardhani¹**

¹Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember

*Corresponding author's email: andrew.ftp@unej.ac.id

ABSTRACT

Taking a case study at Kedai Tujuh Gerobak Denpasar as the object of research, Analysis used at Kedai Tujuh Gerobak Denpasar with the Importance Performance Analysis (IPA) method. The research stage was carried out by twice distributing questionnaires with a total of 30 respondents to conduct validity tests and reliability tests on twenty-nine attributes. Attributes that are in accordance with the validity test and reliability test will be distributed in the form of questionnaires to 100 respondents. The questionnaire will be used as a source of data as material for conducting science analysis (Importance Performance Analysis). The age characteristics of respondents ranged from 17 to 25 years as many as 47 people, ages between 26 to 34 years as many as 31 people and ages over 34 years as many as 22 people. The characteristics of respondents based on profession are known to students / students as many as 56 people, civil servants. TNI/POLRI as many as 13 people for self-employed as many as 24 people. Characteristics based on the frequency of purchases between 1 to 3 times as many as 33 people between 4 to 6 times as many as 29 people and consumers with a frequency of purchases more than 6 times as many as 38 people. The results of the consumer satisfaction level questionnaire or IKP of 86.67% indicate that the products offered are in accordance with customer expectations and the services provided are able to provide comfort for customers.

Keywords: *Consumers, Satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA).*

ABSTRAK

Pengambilan studi kasus pada Kedai Tujuh Gerobak Denpasar sebagai obyek penelitian, Analisis yang digunakan pada Kedai Tujuh Gerobak Denpasar dengan metode Importance Performance Analysis (IPA). Tahapan penelitian dilakukan dengan dua kali pembagian kuisisioner dengan jumlah 30 responden untuk melakukan uji validitas dan uji reabilitas pada dua puluh sembilan atribut. Atribut yang sesuai dengan uji validitas dan uji reabilitas akan disebarakan dalam bentuk kuisisioner kepada 100 orang responden. Kuisisioner akan dijadikan sumber data sebagai bahan untuk melakukan analisis IPA (Importance Performance Analysis). Karakteristik usia responden berkisar antara 17 hingga 25 tahun sebanyak 47 orang, usia antara 26 hingga 34 tahun sebanyak 31 orang dan usia lebih dari 34 tahun sebanyak 22 orang. Karakteristik responden berdasarkan profesi diketahui pelajar/mahasiswa sebanyak 56 orang, pegawai negeri.TNI/POLRI sebanyak 13 orang untuk wiraswasta sebanyak 24 orang. Karakteristik berdasarkan frekuensi pembelian antara 1 hingga 3 kali sebanyak 33 orang antara 4 hingga 6 kali sebanyak 29 orang dan konsumen dengan frekuensi pembelian lebih dari 6 kali sebanyak 38 orang. Hasil dari kuisisioner tingkat kepuasan konsumen atau IKP yaitu sebesar 86,67 % ini mengindikasikan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan pelanggan serta pelayanan yang diberikan mampu memberikan kenyamanan bagi para pelanggan.

Keywords: *Konsumen, Kepuasan, Importace Performance Analysis (IPA)*

PENDAHULUAN

Konsumen memilih produk berdasarkan keinginan dan kebutuhannya. Produk yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen akan memberikan kepuasan bagi konsumen. Bali merupakan tempat wisata sekaligus gudang dari berbagai kuliner, beberapa masyarakatnya adalah perantauan, warga lokal dan wisatawan yang hendak menghabiskan liburan. Peluang tersebut kemudian dimanfaatkan masyarakat untuk membuka suatu usaha untuk menghasilkan keuntungan dengan memberikan produk dengan harga yang terjangkau. Kedai Tujuh Gerobak merupakan salah satu stand yang terletak di Jl. Tangkuban Perahu No. 2, Pasar Taman Sari, Kuta Utara, Denpasar, Bali yang menjual berbagai macam produk makanan maupun minuman. Subagiyo (2016) menyatakan bahwa variabel tangibles, reliability, responsiveness, assurance serta empathy secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen dan faktor empathy merupakan faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan menggunakan jasa layanan [1].

Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang (Sudaryono, 2016) [2]. , Sedangkan menurut Pasuraman, Zeithaml, dan Berry mengemukakan kepuasan pelanggan adalah perasaan pelanggan terhadap jenis pelayanan yang didapatkannya (Firmansyah, 2018) [3]. Menurut Kotler dan Keller (2016) pemasaran adalah kegiatan mengatur lembaga, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat pada umumnya [4]. Menurut Fandy Tjiptono (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan [5]. Dimensi pengukuran kepuasan dalam melayani konsumen adalah: Reability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), Emphaty (empati), Tangible (bukti fisik). Assael (2014) mengungkapkan bahwa ketika konsumen membuat suatu keputusan, maka mereka juga akan melakukan evaluasi pasca pembelian berupa feedback yang dapat dimanfaatkan para pemasar sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran [6].

METODE PENELITIAN

Studi kasus merupakan bagian dari penelitian kualitatif, ciri-ciri penelitian studi kasus adalah penelitian mendalam mengenai unit sosial tertentu yang hasilnya merupakan gambaran yang lengkap dan terorganisir baik mengenai unit tersebut. Subyek penelitian ini adalah konsumen Kedai Tujuh Gerobak. Objek penelitian adalah Kedai Tujuh Gerobak. Menurut Echdar (2017) populasi adalah keseluruhan atau totalitas objek yang diteliti yang ciri-cirinya akan diduga atau ditaksir [7]. Oleh karenanya luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non probability yaitu teknik sampling insidental, yakni teknik penentuan sampel secara kebetulan. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, maka jumlah sampel yang diteliti sebesar 96 responden dibulatkan menjadi 100 responden. Variable penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut ; Reability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (jaminan), Emphaty (empati), Tangible (bukti fisik). Metode yang digunakan dalam pengumpulan data diantaranya dengan kuisisioner yang disebarkan pada 30 orang sebagai data untuk uji validitas dan uji reliabilitas selanjutnya data yang didapatkan akan disebarkan untuk 100 responden, metode wawancara yang dilakukan pada pemilik dan beberapa konsumen, dan metode dokumentasi sebagai bukti nyata penelitian yang dilakukan. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian Taufan, et all (2017) [8].

Uji instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas adalah uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk untuk menguji validitas. Uji reliabilitas uji reliabilitas dengan menggunakan metode alpha Cronbach diukur berdasarkan skala alpha Cronbach 0 sampai 1. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah program SPSS versi 16 (Statistic Product and Service Solutions). Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha

Cronbach. Rumus Alpha Cronbach digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 atau 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian, adapun rumus perhitungan Alpha Cronbach menurut Darajat & Abduljabar (2014) [9]. Langkah-langkah yang digunakan diantaranya mencari tingkat kesesuaian hasil perbandingan skor kinerja atau pelaksanaan dengan skor kepentingan, diagram kartesius yaitu dapat dilakukan dengan menetapkan titik tolak (X,Y) yang dilalui dua garis berpotongan tengak lurus. Untuk menyatakan hasil analisis validitas atau kesahihan instrumen dilakukan dengan cara membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Atribut dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel. Nilai r tabel adalah nilai patokan statistik yang terdapat dalam nilai-nilai r product moment. Untuk mencari tingkat validitas suatu tes menggunakan pendekatan statistika dalam Assauri (2018) [10].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh karakteristik sebagai berikut.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis Kelamin		
	Laki – Laki	43	43,0%
	Perempuan	57	57,0%
2.	Usia		
	17 - 25 Tahun	47	47,0%
	26 - 34 Tahun	31	31,0%
	Lebih dari 34 Tahun	22	22,0%
3.	Profesi		
	Pelajar/Mahasiswa	36	36,0%
	Pegawai Negeri/TNI/POLRI	13	13,0%
	Pegawai Swasta	27	27,0%
	Wiraswasta	24	24,0%
4.	Frekuensi Pembelian		
	1 - 3 Kali	33	33,0%
	4 - 6 Kali	29	29,0%
	Lebih dari 6 Kali	38	38,0%

Sumber: Lampiran 2

Pengukuran sampel dilakukan melalui statistik atau berdasar pada estimasi penelitian guna menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Pengambilan besar sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. (Sugiyono, 2016) [11].

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r tabel	r hitung performance	r hitung importance	Keterangan
Tangibel	T ₁	0,361	0,866	0,805	Valid
	T ₂	0,361	0,861	0,920	Valid
	T ₃	0,361	0,884	0,827	Valid
	T ₄	0,361	0,857	0,816	Valid
	T ₅	0,361	0,861	0,867	Valid
	T ₆	0,361	0,916	0,761	Valid
	T ₇	0,361	0,919	0,791	Valid
	T ₈	0,361	0,832	0,695	Valid
	T ₉	0,361	0,908	0,854	Valid
	T ₁₀	0,361	0,861	0,834	Valid
	R ₁	0,361	0,901	0,939	Valid
Reability	R ₂	0,361	0,876	0,833	Valid
	R ₃	0,361	0,842	0,838	Valid
	R ₄	0,361	0,878	0,798	Valid
Responsiveness	RS ₁	0,361	0,882	0,832	Valid
	RS ₂	0,361	0,888	0,919	Valid
	RS ₃	0,361	0,880	0,778	Valid
	RS ₄	0,361	0,896	0,871	Valid
	RS ₅	0,361	0,886	0,944	Valid
Assurance	A ₁	0,361	0,879	0,940	Valid
	A ₂	0,361	0,899	0,868	Valid
	A ₃	0,361	0,883	0,905	Valid
	A ₄	0,361	0,876	0,827	Valid
	A ₅	0,361	0,898	0,886	Valid
Emphaty	E ₁	0,361	0,919	0,885	Valid
	E ₂	0,361	0,923	0,844	Valid
	E ₃	0,361	0,898	0,797	Valid
	E ₄	0,361	0,889	0,862	Valid
	E ₅	0,361	0,938	0,849	Valid

<i>Reability</i>	R ₂	0,361	0,876	0,833	Valid
	R ₃	0,361	0,842	0,838	Valid
	R ₄	0,361	0,878	0,798	Valid
<i>Responsiveness</i>	RS ₁	0,361	0,882	0,832	Valid
	RS ₂	0,361	0,888	0,919	Valid
	RS ₃	0,361	0,880	0,778	Valid
	RS ₄	0,361	0,896	0,871	Valid
	RS ₅	0,361	0,886	0,944	Valid
<i>Assurance</i>	A ₁	0,361	0,879	0,940	Valid
	A ₂	0,361	0,899	0,868	Valid
	A ₃	0,361	0,883	0,905	Valid
	A ₄	0,361	0,876	0,827	Valid
	A ₅	0,361	0,898	0,886	Valid
<i>Emphaty</i>	E ₁	0,361	0,919	0,885	Valid
	E ₂	0,361	0,923	0,844	Valid
	E ₃	0,361	0,898	0,797	Valid
	E ₄	0,361	0,889	0,862	Valid
	E ₅	0,361	0,938	0,849	Valid

Berdasarkan data uji validitas yang diolah oleh SPSS versi 16, disimpulkan bahwa atribut yang digunakan valid dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Menurut Nurcahyo (2015) uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalid-an suatu instrumen [12]. Hasil uji validitas terhadap pernyataan pada variabel tangible, reability, responsiveness, assurance dan emphaty menunjukkan bahwa masing-masing item memperoleh r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , sehingga dapat diartikan bahwa instrument yang digunakan dalam penelitian ini valid. Jadi instrumen yang valid berarti alat yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Instrumen dikatakan valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2019) [13]

Variabel	<i>Cornbach's alpha Performance</i>	<i>Cornbach's alpha Importance</i>	Keterangan
<i>Tangible</i>	0,966	0,943	Reliabel
<i>Reability</i>	0,895	0,875	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,930	0,918	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0,948	0,898	Reliabel

Berdasarkan olahan data untuk uji reabilitas, nilai Alpha Cronbach $> 0,60$ sehingga atribut yang digunakan reliabel. Menurut Sujarweni (2014) nilai koefision Cronbach Alpha $> 0,60$ merupakan indikator bahwa kuisisioner tersebut dikatakan reliabel [14].

No.	Kode	<i>Mean Performance</i>		<i>Mean Importance</i>	
		Per Atribut	Kategori	Per Atribut	Kategori
1.	T1	4,14	Sangat Puas	4,61	Penting
2.	T2	4,4	Sangat Puas	4,7	Penting
3.	T3	4,34	Sangat Puas	4,69	Penting
4.	T4	4,39	Sangat Puas	4,67	Penting
5.	T5	4,37	Sangat Puas	4,69	Penting
6.	T6	4,26	Sangat Puas	4,71	Penting
7.	T7	4,32	Sangat Puas	4,63	Penting
8.	T8	4,38	Sangat Puas	4,7	Penting
9.	T9	4,3	Sangat Puas	4,72	Penting
10.	T10	4,41	Sangat Puas	4,67	Penting
11.	R1	4,41	Sangat Puas	4,68	Penting
12.	R2	4,34	Sangat Puas	4,71	Penting
13.	R3	4,36	Sangat Puas	4,61	Penting

14	R4	4,36	Sangat Puas	4,66	Penting
15	RS1	4,38	Sangat Puas	4,72	Penting
16	RS2	4,35	Sangat Puas	4,68	Penting
17	RS3	4,39	Sangat Puas	4,66	Penting
18	RS4	4,39	Sangat Puas	4,69	Penting
19	RS5	4,31	Sangat Puas	4,65	Penting
20	A1	4,37	Sangat Puas	4,63	Penting
21	A2	4,28	Sangat Puas	4,7	Penting
22	A3	4,31	Puas	4,58	Penting
23	A4	4,36	Sangat Puas	4,65	Penting
24	A5	4,37	Sangat Puas	4,68	Penting
25	E1	4,29	Sangat Puas	4,6	Penting
26	E2	4,35	Sangat Puas	4,67	Penting
27	E3	4,36	Sangat Puas	4,64	Penting
28	E4	4,23	Sangat Puas	4,65	Penting
29	E5	4,14	Sangat Puas	4,65	Penting

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan (importance) dan penilaian kinerja (performance) diperoleh persentase tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan. Hasil pengolahan data importance memperoleh nilai pada rentang nilai 4 yaitu penting. Sedangkan keseluruhan data performance menunjukkan 28 pada rentang 5 yaitu sangat puas dan 1 pada rentang 4 yaitu puas. Hal tersebut mengindikasikan bahwa berdasarkan item performance, sebesar 100% menginterpretasikan bahwa atribut dari kepuasan konsumen berkategori penting. Sedangkan berdasarkan item importance sebanyak 96% atribut dipersepsikan telah memberikan kepuasan yang sangat baik kepada para konsumen dan sisanya yaitu 4% dipersepsikan puas.

Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian

No	Kode	Xi	Yi	Tki	%	Prioritas
1	T1	414	461	0,898	89,8%	28
2	T2	440	470	0,936	93,6%	10
3	T3	434	469	0,925	92,5%	22
4	T4	439	467	0,940	94,0%	7
5	T5	437	469	0,932	93,2%	17
6	T6	426	471	0,904	90,4%	27
7	T7	432	463	0,933	93,3%	14
8	T8	438	470	0,932	93,2%	16
9	T9	430	472	0,911	91,1%	24
10	T10	441	467	0,944	94,4%	2
11	R1	441	468	0,942	94,2%	4
12	R2	434	471	0,921	92,1%	23
13	R3	436	461	0,946	94,6%	1
14	R4	436	466	0,936	93,6%	12
15	RS1	438	472	0,928	92,8%	20
16	RS2	435	468	0,929	92,9%	19
17	RS3	439	466	0,942	94,2%	5
18	RS4	439	469	0,936	93,6%	11
19	RS5	431	465	0,927	92,7%	21
20	A1	437	463	0,944	94,4%	3

21	A2	428	470	0,911	91,1%	25
22	A3	431	458	0,941	94,1%	6
23	A4	436	465	0,938	93,8%	9
24	A5	437	468	0,934	93,4%	13
25	E1	429	460	0,933	93,3%	15
26	E2	435	467	0,931	93,1%	18
27	E3	436	464	0,940	94,0%	8
28	E4	423	465	0,910	91,0%	26
29	E5	414	465	0,890	89,0%	29

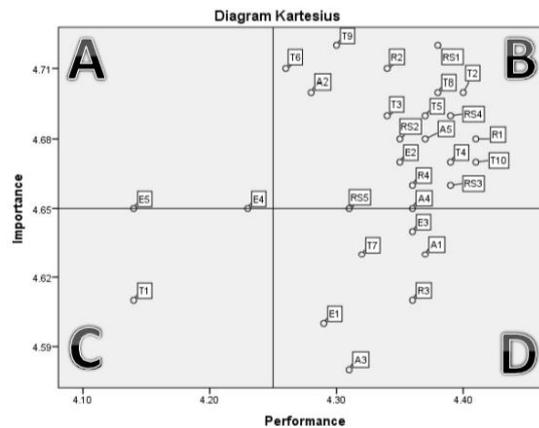
Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa peringkat tertinggi sebesar 94,6% yang merupakan variabel reability tentang ketetapan makanan dan minuman sesuai dengan gambar daftar menu. Sedangkan peringkat terendah sebesar 89% yang merupakan variabel emphaty tentang ketersediaan penjual memahami konsumen. Setelah mendapatkan prioritas kepuasan maka dapat dibentuk kuadran untuk mengelompokkan atribut – atribut tersebut. Perusahaan sudah mampu menjalankan indikator ini, menurut Garvin (Tjiptono, 2016) indikator kemampuan pelayanan meliputi aspek kecepatan pelayanan, kenyamanan, kompetensi, dan penanganan keluhan secara memuaskan [15]. Hasil perhitungan nilai rata-rata dari tingkat importance dan tingkat performance disajikan sebagai berikut.

Rata – Rata Penilaian Tingkat Importance dan Tingkat Performance

No	Kode	$\sum X$	$\sum Y$	Rata – Rata X	Rata – Rata Y
1	T1	414	461	4,14	4,61
2	T2	440	470	4,4	4,7
3	T3	434	469	4,34	4,69
4	T4	439	467	4,39	4,67
5	T5	437	469	4,37	4,69
6	T6	426	471	4,26	4,71
7	T7	432	463	4,32	4,63
8	T8	438	470	4,38	4,7
9	T9	430	472	4,3	4,72
10	T10	441	467	4,41	4,67
11	R1	441	468	4,41	4,68
12	R2	434	471	4,34	4,71
13	R3	436	461	4,36	4,61
14	R4	436	466	4,36	4,66
15	RS1	438	472	4,38	4,72
16	RS2	435	468	4,35	4,68
17	RS3	439	466	4,39	4,66
18	RS4	439	469	4,39	4,69
19	RS5	431	465	4,31	4,65
20	A1	437	463	4,37	4,63
21	A2	428	470	4,28	4,7
22	A3	431	458	4,31	4,58
23	A4	436	465	4,36	4,65
24	A5	437	468	4,37	4,68

25	E1	429	460	4,29	4,6
26	E2	435	467	4,35	4,67
27	E3	436	464	4,36	4,64
28	E4	423	465	4,23	4,65
29	E5	414	465	4,14	4,65

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa untuk item performance (X) item yang mendapat penilaian tertinggi adalah tangible 10 dan reability 1 yaitu sebesar 4,41 sedangkan item yang mendapat penilaian terendah adalah tangible 1 dan emphaty 5 yaitu sebesar 4,14. Sedangkan untuk item importance (Y) item tertinggi adalah tangible 9 yaitu sebesar 4,72 sedangkan item yang mendapat penilaian terendah adalah assurance 3 yaitu sebesar 4,58. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus pada titik X dan Y dimana X merupakan rata-rata jumlah skor performance sedangkan Y merupakan rata-rata jumlah skor importance dibagi dengan banyaknya pernyataan tiap atribut pernyataan. Gambar diagram kartesius disajikan sebagai berikut :



Gambar 4.1 Diagram Kartesius
 Sumber: Lampiran 7

Berikut hasil perhitungan indeks kepuasan pengguna pada Kedai Tujuh Gerobak.

No	Kode	Rata - Rata Performance	Rata - Rata Importance	Skor = P X I
1	T1	4,14	4,61	19,09
2	T2	4,4	4,7	20,68
3	T3	4,34	4,69	20,35
4	T4	4,39	4,67	20,50
5	T5	4,37	4,69	20,50
6	T6	4,26	4,71	20,06
7	T7	4,32	4,63	20,00
8	T8	4,38	4,7	20,59
9	T9	4,3	4,72	20,30
10	T10	4,41	4,67	20,59
11	R1	4,41	4,68	20,64
12	R2	4,34	4,71	20,44
13	R3	4,36	4,61	20,10

14	R4	4,36	4,66	20,32
15	RS1	4,38	4,72	20,67
16	RS2	4,35	4,68	20,36
17	RS3	4,39	4,66	20,46
18	RS4	4,39	4,69	20,59
19	RS5	4,31	4,65	20,04
20	A1	4,37	4,63	20,23
21	A2	4,28	4,7	20,12
22	A3	4,31	4,58	19,74
23	A4	4,36	4,65	20,27
24	A5	4,37	4,68	20,45
25	E1	4,29	4,6	19,73
26	E2	4,35	4,67	20,31
27	E3	4,36	4,64	20,23
28	E4	4,23	4,65	19,67
29	E5	4,14	4,65	19,25
Skor Total			135,3	586,29

Adapun rumus untuk menghitung indeks kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

$$IKP = \frac{\sum I \times P}{\sum I \times 5}$$

$$IKP = \frac{586,29}{135,3 \times 5}$$

$$IKP = 86,67\%$$

Berdasarkan perhitungan diperoleh IKP sebesar 86,67% yang berarti pelanggan Kedai Tujuh Gerobak sudah puas dengan pelayanan yang diberikan, hal ini mengindikasikan bahwa pengelola dan karyawan Kedai Tujuh Gerobak harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan agar kepuasan pelanggan akan terus meningkat. Hal ini mengindikasikan bahwa Kedai Tujuh Gerobak atribut yang memiliki kinerja melebihi harapan konsumen adalah mengenai ketersediaan tempat parkir yang luas. Konsumen merasa senang apabila saat melakukan pembelian akan mudah menempatkan kendaraannya. Sedangkan item yang dianggap belum memiliki kinerja maksimal dari harapan konsumen adalah mengenai kebersihan kedai dimana masih ditemukan sampah ditempat tunggu yang menjadikan konsumen kurang nyaman saat duduk menunggu pesannya selesai dibuat oleh karyawan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2017) yang mengemukakan bahwa dengan adanya kepuasan maka akan terjalin hubungan yang harmonis antara pelanggan dan perusahaan, menjadi dasar bagi pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, menciptakan loyalitas pelanggan serta mendorong terciptanya rekomendasi mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan [16].

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, adapun kesimpulan yang diperoleh antara lain sebagai berikut. Mayoritas pelanggan Kedai Tujuh Gerobak Denpasar telah memiliki kepuasan terhadap pelayanan dan produk yang tersedia, hal ini ditunjukkan dengan nilai IKP sebesar 86,67% karena importance pelanggan telah sesuai dengan performance yang diupayakan perusahaan. Beberapa atribut perlu ditingkatkan dan dipertahankan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Kedai Tujuh Gerobak Denpasar. Atribut yang terpenting adalah reability tentang ketetapan makanan dan minuman sesuai dengan gambar daftar menu. Sedangkan peringkat terendah

sebesar 89% yang merupakan variabel empathy tentang ketersediaan penjual memahami kebutuhan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Mardo, subagiyo ali, "Manajemen Pemasaran Jasa. (Sartono, Ed.) (Cetakan 1)", Yogyakarta: deepublish, 2016.
- [2] Sudaryono, "Manajemen Pemasaran, Teori dan Implementasi.", Penerbit : Andi, Yogyakarta, 2016.
- [3] Firmansyah, D., & Prihandono, D., "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan", *Management Analysis Journal*, 7(1), 2016.
- [4] Kotler, P.dan K.L. Keller, "Manajemen Pemasaran", 15th Edition, Pearson Education Inc : England, 2016.
- [5] Tjiptono, F, "Service Management Mewujudkan Layanan Prima", Edisi Ketiga, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017.
- [6] Assael, H., "Customer Behavior", 6th Edition, New York: Thomson Learning, 2014.
- [7] Echdar, S., "Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis", Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- [8] Taufan, Aditya dan Suryono Budi Santosa, "Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Tabungan Britama BRI", *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol 11, No.1. 2017
- [9] Darajat, J. Dan Abduljabar, B, "Aplikasi Statistika Dalam Penjas", Bandung: Bintang WarliArtika, 2014.
- [10] Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Cetakan Kesatu, Penerbit Rajagrafindo Persada, Depok.
- [11] Sugiyono., "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", Bandung:PT Alfabet, 2016.
- [12] Nurcahyo, R.J., 'Keterkaitan Visi Misi Dan Values Terhadap Kinerja Karyawan Perusahaan Kulit "Dwi Jaya' Khasanah Ilmu", 6(2), 2015.
- [13] Sugiyono., "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", Bandung:PT Alfabet, 2019.
- [14] Sujarweni., V.W., "SPSS Untuk Penelitian", Yogyakarta : Pustaka Baru, 2015.
- [15] Tjiptono, F, "Service Management Mewujudkan Layanan Prima", Edisi Ketiga, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2016.