

IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA ALFAMART WINANGUN ATAS*ANALYSIS OF IMPORTANT PERFORMANCE (IPA) QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION IN THE WINANGUN ALFAMART*

Oleh:

**Jackson J Sualang¹
Altje L Tumbel²
Sjendry S R Loindong³**Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

e-mail:

jackysualang@gmail.comaltjetumbel@yahoo.comloindong18s@unsrat.ac.id

Abstrak: Seiring dengan berkembangnya bisnis ritel, pada saat ini bisnis ritel tidak lagi dikelola secara tradisional, melainkan dengan cara modern sehingga menjadi bisnis yang inovatif, kompetitif dan praktis. Persaingan memacu para pebisnis di bidang retail untuk senantiasa menjadi retail pilihan Konsumen dan mempertahankan Konsumennya. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Atau yang lebih dikenal sebagai Alfamart merupakan salah satu pelaku bisnis ritel yang cukup besar di Indonesia yang sudah lama juga berdiri. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat membuat Alfamart juga harus lebih memperhatikan setiap aspek yang dapat membantu dalam meningkatkan kepuasan konsumen yang datang berbelanja ke gerai Alfamart. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan dari tingkat kepentingan konsumen dan kinerja pelayanan Alfamart Winangun Atas. Penelitian ini menggunakan metode analisis Importance Performance Analysis untuk mengukur tingkat kepuasan dari para konsumen. Penelitian ini melibatkan 44 konsumen yang rutin datang berbelanja di Alfamart Winangun Atas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa item pernyataan belum melebihi ekspektasi atau harapan pelanggan. Item 18 dan 20 menjadi prioritas utama dalam diagram kartesius karena memiliki nilai kinerja yang masih kurang sedangkan nilai harapan yang tinggi. Dari hasil penelitian ini dapat pihak Alfamart Winangun Atas kiranya dapat melakukan perbaikan secepatnya dan lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, dan *Importance Performance Analysis (IPA)*

Abstract: Along with the development of the retail business, at this time the retail business is no longer managed traditionally, but in a modern way so that it becomes an innovative, competitive and practical business. Competition spurs businessmen in the retail sector to always be the retail choice for consumers and to retain their consumers. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Or better known as Alfamart is one of the retail businesses that are significant in Indonesia which has long been well established. With increasingly fierce competition conditions make Alfamart should also pay more attention to every aspect that can help in improving customer satisfaction that comes shopping to Alfamart. The purpose of this study was to know how big the gap is from the level of consumer interest and service quality. This study uses analytical methods Importance Performance Analysis to measure the level of satisfaction of consumers. This study involved 44 consumers who had come shopping at Alfamart Winangun Atas. The results of this study indicate that some statement items have not exceeded customer expectations. Item 18 and 20 is the top priority in the Cartesian diagram because it has a performance value that is still lacking while the expectation value is high. From the results of this study, Alfamart Winangun Atas can make improvements as soon as possible and pay more attention to customer needs.

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

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Seiring dengan berkembangnya bisnis ritel, pada saat ini bisnis ritel tidak lagi dikelola secara tradisional, melainkan dengan cara modern sehingga menjadi bisnis yang inovatif, kompetitif dan praktis. Persaingan yang ketat pada bisnis ritel tidak terlepas semakin menjamurnya pusat-pusat perbelanjaan baik yang bersifat lokal, nasional, maupun internasional dengan berbagai skala dan segmen yang dibidik. Persaingan tersebut memacu para pebisnis di bidang retail untuk senantiasa menjadi retail pilihan Konsumen dan mempertahankan Konsumennya.

Dalam upaya mempertahankan Konsumennya, berbagai perusahaan dibidang bisnis ritel ini berlomba-lomba untuk memberikan apa yang diinginkan dari para Konsumennya yang menciptakan strategi bersaing yang baik dan terpadu. Dengan meningkatnya intensitas persaingan dari perusahaan-perusahaan dalam bisnis ritel ini membuat para perusahaan ini berlomba untuk memberikan perhatian dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan Konsumen serta berusaha untuk memenuhi harapan dari Konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih.

Perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan menyesuaikan keinginan konsumen sehingga perusahaan harus mampu mendeteksi apa yang menjadi kebutuhan pasar atau keinginan konsumen serta membaca dan menterjemahkan setiap perubahan situasi sebagai peluang sehingga konsumen yang sudah ada sebelumnya akan menetap bahkan akan bertambah seiring dengan waktu yang berjalan karena sebuah perusahaan tidak akan berkembang tanpa adanya konsumen. Semakin banyak konsumen yang merasa puas dengan layanan yang diberikan perusahaan, maka perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain di era globalisasi ini. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Ketika konsumen merasa puas maka hasilnya adalah kesetiaan konsumen yang tinggi.

Alfamart sebagai salah satu perusahaan dalam industri ritel yang berupa minimarket dan termasuk perusahaan nasional yang bergerak dalam bidang perdagangan umum dan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Pada tahun 1989 merupakan awal berdirinya Alfamart, dengan dimulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna pada Desember 1989. Setiap karyawan Alfamart diwajibkan memberikan pelayanan yang maksimal bagi nasabah agar sesuai dengan kepentingan nasabah serta selalu melakukan perkembangan sesuai dengan tuntutan dari nasabah yang bertujuan untuk memberikan kepuasan bagi nasabahnya sehingga menciptakan kualitas layanan yang baik.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kesenjangan dari tingkat kepentingan konsumen dan kinerja pelayanan Alfamart Winangun Atas

TINJAUAN PUSTAKA**Manajemen Pemasaran**

Menurut Suparyanto dan Rosad (2015:1) manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengatur, dan mengelola program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Pemasaran Jasa

Kotler (2000:486), mendefinisikan jasa sebagai "suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan yang berhubungan dengannya yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau dengan property dalam kepemilikannya dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan". Fandy Tjiptono, (2005:18), mengemukakan bahwa Jasa memiliki lima karakteristik utama yaitu:

1. Tidak berwujud (intangibility),
2. Tidak terpisah (inseparability),
3. Bervariasi (variability),
4. Mudah lenyap (perishability),

5. Lack of ownership.

Kualitas Layanan

Dimensi kualitas layanan yang dikemukakan oleh A. Parasuraman (dimensi serqual) yaitu:

1. Tangibles
2. Reliability
3. Responsiveness
4. Assurance
5. Empathy

Kepuasan Konsumen

Kotler dalam Strategi Pemasaran Edisi ke-2 oleh Tjiptono (2007:193) mendefinisikan kepuasan Konsumen sebagai “tingkat penilaian perasaan seseorang yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk dengan harapannya”. Dengan indikator sebagai berikut :

1. Terpenuhi kebutuhan
2. Terpenuhi keinginan
3. Sesuai harapan

Penelitian Terdahulu

Lulu Anggraini, Panji Doeranto dan Dhita Ikasan (2015). Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa tingkat kepuasan Konsumen secara menyeluruh sebesar 0.66 dan terletak di rentang nilai 0.66-0.80 yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan Pembeli adalah kriteria “puas”.

Gede Jentrasaswin, Agung Wirantha dan I Ketut Satriwan (2018) Dalam penelitian ini peneliti mengemukakan bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan restoran cepat saji McDonald’s. Serta peneliti juga menemukan bahwa variable yang perlu mendapatkan perbaikan adalah produk yang disajikan tidak mudah basi dan kenyamanan konsumen saat berbelanja di restoran McDonald’s.

Geruh Esterlita, Sifrid Pangemanan dan Ferdinand Tumewu (2020). Hasil dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa Indomaret Point Manado secara keseluruhan memberikan kinerja Promosi yang tidak begitu baik, karena hanya lima atribut di kuadran II, kurang dari atribut penting lainnya menurut Konsumen.

Hipotesis Penelitian

H: terdapat kesenjangan diantara Tingkat Kepentingan Konsumen dan Kinerja pelayanan yang diberikan Alfamart Winangun Atas.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

(Sumber: Data Olahan 2021)

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, Sugiyono (2013).

Populasi, Besaran Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah Pembeli pada Alfamart Winangun Atas yang berjumlah 80 orang dan menjadikan 44 orang sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah incidental sampling.

Jenis Data dan Sumber

Penelitian ini menggunakan jenis data yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti (tidak melalui perantara), data diperoleh dari penyebaran kuisioner.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada para responden penelitian. Skala Likert merupakan skala yang paling sering dan paling harus digunakan dalam penelitian dan studi literatur.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebuah instrument yang akan digunakan dalam penelitian harus dapat mengukur atau mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Hal ini dapat diketahui dengan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah instrument. Realibilitas berbicara mengenai masalah ketetapan (accuracy) alat ukur. Ketepatan ini dapat dinilai dengan statistik untuk mengetahui measurement error atau salah ukur. Suatu intsrumen dikatakan reliable apabila instrument tersebut cukup dapat dipercaya sebagai alat pengukur data.

Teknik Analisis

Karena penelitian ini adalah penelitian bersifat kuantitatif maka data yang diperoleh dari responden lewat kuesioner dikodekan sesuai dengan skala Likert 1-5, dan kemudian menggunakan analisis statistic dengan program SPSS. Data yang terkumpul akan dianalisis dengan beberapa tahap, yaitu Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji asumsi klasik, dan analisis Regresi Linear Berganda.

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seorang atas kinerja pihak lain. Kepuasan seseorang tersebut diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja yang dilakukan pihak lain. Seringkali IPA digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kepuasan konsumennya.. Tingkat unsur-unsur tersebut diajarkan dan dibagi menjadi empat bagian dalam diagram kartesius matriks importance-performance sebagai berikut:

Tingkat Kepentingan	Sangat penting dan tidak puas Prioritas Utama (Concentrate Here) A	Sangat penting dan tidak puas Pertahankan Prestasi (Keep up the good work) B
	Kurang penting dan kurang puas Perioritas Rendah (Low Priority) C	Kurang penting dan sangat puas berlebihan Terlalu Berlebihan (Possible Overskill) D
	Tingkat Kinerja	

Gambar 2. Diagram Kartesius

- Kuadran A (Prioritas Utama), merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pengguna namun pada kenyataannya belum sesuai seperti yang diharapkan (kepuasan yang diperoleh masih sangat rendah). Konsep strategi manajerial dalam kuadran ini berupa attributes to improve, yaitu atribut-atribut yang harus diingatkan.
- Kuadran B (Pertahankan Prestasi), merupakan wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pengguna dan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasannya relative lebih tinggi. Konsep strategi manajerial dalam kuadran ini berupa maintain performance, dimana performa atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus dipertahankan.
- Kuadran C (Prioritas Rendah), merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pengguna dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu memuaskan. Konsep strategi manajerial dalam kuadran ini berupa attributes to maintain, yaitu atribut bukan menjadi prioritas, melainkan dijadikan pendukung dalam system.
- Kuadran D (Terlalu Berlebihan), merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pengguna dan tetapi layanan yang disediakan dirasakan terlalu berlebihan. Konsep strategi manajerial dalam kuadran ini berupa attributes to de-emphasize, yaitu menekan kinerja atribut untuk meningkatkan efisiensi sumber daya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Pernyataan	MSA	Status	Cronbach Alpha	Status
Tangible	1.1	0.854	Valid	0.879	<i>Reliabel</i>
	1.2	0.849	Valid		
	1.3	0.905	Valid		
	1.4	0.852	Valid		
Responsiveness	2.1	0.950	Valid	0.930	<i>Reliabel</i>
	2.2	0.933	Valid		
	2.3	0.838	Valid		
	2.4	0.915	Valid		
Realibility	3.1	0.921	Valid	0.916	<i>Reliabel</i>
	3.2	0.940	Valid		
	3.3	0.774	Valid		
	3.4	0.934	Valid		
Assurance	4.1	0.667	Valid	0.720	<i>Reliabel</i>
	4.2	0.738	Valid		
	4.3	0.751	Valid		
	4.4	0.791	Valid		
Empathy	5.1	0.791	Valid	0.865	<i>Reliabel</i>
	5.2	0.903	Valid		
	5.3	0.777	Valid		
	5.4	0.897	Valid		
Kepuasan Konsumen	1	0.785	Valid	0.901	<i>Reliabel</i>
	2	0.922	Valid		
	3	0.895	Valid		
	4	0.912	Valid		

Sumber: Data Hasil Olahan, 2021

Korelasi dari masing-masing item terhadap jumlah total skor masing-masing pernyataan untuk variabel/atribut Tangible, Responsiveness, Realibility, Assurance, Empathy, Kepuasan Konsumen, seluruhnya menghasilkan tabel-r diatas 0.29 dengan nilai signifikansi 0,05 (5%). Dengan demikian maka keseluruhan item pernyataan variabel penelitian adalah valid.

Tabel 2. Tabel Tingkat Kesesuaian

No.	Pernyataan	Tingkat Harapan (Y)	Rata-rata Harapan (\bar{y})	Tingkat Kinerja (X)	Rata-rata Kinerja (\bar{x})	Tingkat Kesesuaian (Tki)(%)
1	Kerapihan karyawan Alfamart dalam berpakaian	194	4.41	190	4.32	97%
2	Kerapihan dan kebersihan dalam gerai Alfamart	203	4.61	201	4.57	99%
3	Ruangan dalam gerai menggunakan AC	185	4.20	183	4.16	98%
4	Ketersediaan tempat parkir yang memadai	192	4.36	190	4.32	98%
5	Pegawai Alfamart membantu konsumen ketika di dalam maupun di luar gerai	149	3.39	147	3.34	98%
6	Menyampaikan informasi produk/fasilitas secara benar dan jelas	144	3.27	144	3.27	100%
7	Pegawai Alfamart dapat memberikan fasilitas jasa seperti mengangkat barang belanjaan konsumen	163	3.70	163	3.70	100%
8	Kemudahan bertransaksi secara online maupun offline	144	3.27	144	3.27	100%
9	Kesigapan karyawan Alfamart ketika dibutuhkan konsumen	138	3.14	146	3.32	100.05%
10	Pelayanan cepat dan profesional	137	3.11	139	3.16	100.01%
11	Pegawai Alfamart menggunakan Bahasa yang sopan dan mudah dimengerti oleh konsumen	164	3.73	154	3.50	93%
12	Mengatasi keluhan-keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap	156	3.55	145	3.30	92%
13	Pegawai Alfamart yang secara konsisten bersikap sopan dan ramah	168	3.82	153	3.48	91%
14	Keamanan yang diberikan dalam melakukan transaksi	150	3.41	173	3.93	100.15%
15	Mampu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen	186	4.23	169	3.84	90%
16	Ketika produk yang dicari konsumen tidak ada, pegawai Alfamart bisa memberikan informasi atau rekomendasi produk lain yang serupa dengan yang dicari konsumen	191	4.34	178	4.05	93%
17	Memberikan perhatian personal terhadap konsumen	131	2.98	137	3.11	100.04%
18	Memahami kebutuhan konsumen	173	3.93	144	3.27	83%
19	Pegawai Alfamart dapat diandalkan dalam menangani masalah konsumen	138	3.14	156	3.55	82%
20	Pihak Alfamart memberikan layanan uang Kembali jika kasir tidak memberikan struk belanjaan kepada konsumen	188	4.27	153	3.48	81%
21	Pegawai Alfamart dapat diandalkan dalam menangani masalah konsumen	192	4.36	192	4.36	100%

22	Pegawai Alfamart dapat diandalkan dalam menangani masalah konsumen	184	4.18	184	4.18	100%
23	Pegawai Alfamart dapat diandalkan dalam menangani masalah konsumen	183	4.16	183	4.16	100%
24	Pegawai Alfamart dapat diandalkan dalam menangani masalah konsumen	188	4.27	188	4.27	100%

Sumber; data olahan (2021)

Dari data pada tabel di atas tentang tingkat kesesuaian yaitu didapati bahwa nilai rata-rata tingkat kesesuaian berada di antara nilai 80% sampai lebih dari 100% yang menandakan bahwa tingkat kesesuaian pada penelitian ini berada pada kategori “puas” sampai dengan kategori “sangat puas” dikarenakan beberapa indikator masih memiliki tingkat kepuasan di angka 81% untuk tingkat terendah dan 100.15% untuk tingkat tertingginya. Skor rata-rata Tingkat Harapan (Y) dan Kinerja (X) adalah 91.27%. Jadi karena angka skor rata-rata Tingkat harapan dan kerjanya masih ada yang dibawah dari 100%, maka tingkat kesesuaian antara harapan konsumen Alfamart Winangun Atas secara keseluruhan masih dibawah dari apa yang diharapkan dari konsumen tersebut. Berarti Perusahaan atau dalam hal ini Alfamart Winangun Atas harus meningkatkan lagi kerjanya.

Diagram Kartesius

Untuk mendapatkan hasil dari diagram kartesius dapat diketahui dengan menggunakan hasil pemetaan tingkat kinerja dengan tingkat harapan atau analisis GAP seperti berikut.

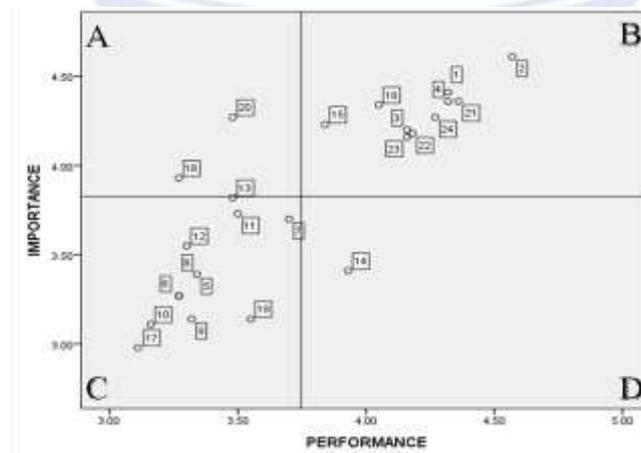
Tabel 3. Tabel GAP

NO.	PERNYATAAN	Performance (Kinerja)	Importance (Kepentingan)	GAP
VARIABEL/ATRIBUT				
1	TANGIBLES 1.1 Lokasi gerai Alfamart mudah diakses oleh konsumen	4.32	4.41	-0.09
2	1.2 Ketersediaan tempat parkir yang memadai	4.57	4.61	-0.05
3	1.3 Kerapihan dan kebersihan dalam gerai Alfamart	4.16	4.20	-0.05
4	1.4 Karyawan Alfamart Winangun Atas berpakaian rapih	4.32	4.36	-0.05
5	RESPONSIVENESS 2.1 Kesigapan karyawan Alfamart ketika dibutuhkan konsumen	3.34	3.39	-0.05
6	2.2 Pelayanan cepat dan profesional	3.27	3.27	0.00
7	2.3 Pegawai Alfamart menggunakan Bahasa yang sopan dan mudah dimengerti oleh konsumen	3.70	3.70	0.00
8	2.4 Mengatasi keluhan-keluhan pelanggan dengan cepat dan tanggap	3.27	3.27	0.00
9	REALIBILITY 3.1 Pegawai Alfamart dapat memberikan fasilitas jasa seperti mengangkat barang belanjaan konsumen	3.32	3.14	0.18
10	3.2 Pegawai Alfamart membantu konsumen ketika di dalam maupun di luar gerai	3.16	3.11	0.05
11	3.3 Menyampaikan informasi produk/fasilitas secara benar dan jelas	3.50	3.73	-0.23
12	3.4 Kemudahan bertransaksi secara online maupun offline	3.30	3.55	-0.25

13	ASSURANCE 4.1 Pegawai Alfamart yang secara konsisten bersikap sopan dan ramah	3.48	3.82	-0.34
14	4.2 Pegawai Alfamart dapat memberikan pelayanan dengan baik sesuai dengan waktu yang dijanjikan	3.93	3.41	0.52
15	4.3 Pegawai kasir Alfamart tidak melebih-lebihkan harga dari produk saat melakukan pembayaran	3.84	4.23	-0.39
16	4.4 Keamanan yang diberikan kepada konsumen saat berbelanja	4.05	4.34	-0.30
17	EMPATHY 5.1 Memberikan perhatian personal terhadap pelanggan	3.11	2.98	0.14
18	5.2 Pihak Alfamart memberikan layanan uang Kembali jika kasir tidak memberikan struk belanjaan kepada konsumen	3.27	3.93	-0.66
19	5.3 Pegawai Alfamart dapat diandalkan dalam menangani masalah konsumen	3.55	3.14	0.41
20	5.4 Pegawai Alfamart memberikan pelayanan yang tidak diskriminatif atau tidak membeda-bedakan	3.48	4.27	-0.80
21	KEPUASAN KONSUMEN 1. Fasilitas yang disediakan pihak Alfamart sudah baik	4.36	4.36	0.00
22	2. Konsumen akan melakukan pembelian berkali-kali karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Alfamart	4.18	4.18	0.00
23	3. Konsumen merekomendasikan kepada konsumen lainnya untuk datang berbelanja di Alfamart Winanugn Atas	4.16	4.16	0.00
24	4. Konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Alfamart	4.27	4.27	0.00

Sumber: Data Olahan (2021)

Pada Tabel 3 di atas merupakan hasil dari Analisis GAP atau kesenjangan. Dimana pada tabel di atas terdapat kesenjangan pada pernyataan 1, 2, 3, 4, 5, 11, 12, 13, 15, 16, 18, dan 20 karena memiliki nilai GAP (kesenjangan) mines yang berarti jika muncul angka mines konsumen merasa kurang puas atau kurang setuju. Selain dari 12 pernyataan tadi, semuanya telah memenuhi tingkat kepuasan konsumen dilihat dari nilai GAP/kesenjangan yang memiliki nilai diatas 0.00. Berikutnya setelah mendapat hasil dari pemetaan Analisis GAP diatas dapat dilanjutkan dengan pembuatan diagram kartesius.



Gambar 3. Diagram Kartesius
(Sumber: Data Olahan 2021)

Keterangan:

- Kuadran "A": kuadran yang merupakan prioritas tinggi, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen tetapi dalam kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan yang diharapkan (tingkat kepuasan konsumen masih sangat rendah). Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah atribut pada item 18 dan 20.
- Kuadran "B": merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pengguna dan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasannya relative lebih tinggi dan atribut-atributnya harus dipertahankan. Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah atribut pada item 1, 2, 3, 4, 15, 16, 21, 22, 23, 24.
- Kuadran "C": merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pengguna dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu memuaskan. Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah atribut pada item 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 17, dan 19.
- Kuadran "D": merupakan kuadran yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pengguna tetapi layanan atau kinerja yang disediakan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah atribut pada item 14.

Sesuai dengan konsep tujuan dari analisis tingkat kepentingan dan kualitas layanan (IPA), focus dari perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak Alfamart Winangun Atas adalah pada atribut-atribut yang berada pada kuadran A yaitu item 18 dan 20.

PENUTUP**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

- Berdasarkan analisa pada kuadran dengan menggunakan metode Analisis Tingkat Kepentingan dan Kualitas Layanan (Importance Performance Analysis), dari aspek Kepentingan (Harapan) menurut para responden atau konsumen Alfamart Winangun Atas, terdapat 2 item dalam kuadran A yaitu atribut no. 18 dan 20, yang berarti atribut ini sangat diharapkan oleh konsumen Alfamart Winangun Atas. Pada kuadran B terdapat 10 item yaitu item 1, 2, 3, 4, 15, 16, 21, 22, 23, dan 24 yang berarti ke 10 item ini dinilai sudah memenuhi tingkat harapan dari konsumen Alfamart Winangun Atas. Pada kuadran C terdapat 11 item yaitu item 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 17, dan 19 yang berarti ke 11 item ini dinilai kurang diharapkan atau tidak penting bagi konsumen Alfamart Winangun Atas. Terakhir pada kuadran D terdapat 1 item yaitu item 14, yang berarti ke 1 item ini dinilai tidak penting atau tidak diharapkan oleh konsumen Alfamart Winangun Atas.
- Berdasarkan analisa kuadran dengan menggunakan metode Analisis Tingkat Kepentingan dan Kualitas Layanan (Importance Performance Analysis), dari aspek Kinerja menurut para responden atau konsumen Alfamart Winangun Atas, pada kuadran A terdapat 2 item dalam kuadran A yaitu atribut no. 18 dan 20, yang berarti item ini dinilai belum memenuhi tingkat harapan dari konsumen Alfamart Winangun Atas yang mengakibatkan tingkat kepuasan konsumen masih rendah karena layanan yang diberikan pihak Alfamart masih kurang menurut Konsumen. Pada kuadran B terdapat 10 item yaitu item 1, 2, 3, 4, 15, 16, 21, 22, 23, dan 24 yang berarti ke 10 item ini dinilai memiliki tingkat kinerja yang baik atau memiliki kualitas layanan yang memuaskan konsumen Alfamart Winangun Atas. Pada kuadran C terdapat 11 item yaitu item 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 17, dan 19 yang berarti ke 11 item ini dinilai masih kurang kinerjanya atau masih tidak terlalu memuaskan. Terakhir kuadran D terdapat 1 item yaitu item 14, yang berarti ke 1 item ini dinilai memiliki tingkat kinerja yang tinggi bahkan tergolong berlebihan oleh konsumen Alfamart Winangun Atas.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka hal-hal yang dapat disarankan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- Pihak Alfamart Winangun Atas harus lebih lagi memperhatikan tentang kualitas layanan, agar beberapa item yang mendapat nilai kurang baik bisa segera diselesaikan dan dicari solusinya.
- Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah lebih banyak lagi alat penelitian tentang kualitas layanan dan menambah jumlah responden agar hasil yang didapatkan bisa lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L., Doeranto, P., dan Ikasan, D. (2015). Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. Vol. 4. (No. 2). <https://industria.ub.ac.id/index.php/industri/article/view/179/184>.
- Esterlita, G., Pangemanan, S., dan Tumewu, F. (2020). Importance and Performance Analysis of Promotional Mix in Indomaret Point Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 7 (No. 4). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/26522>.
- Jentrasaswin, G., Wiranatha, A., dan Satriwan, I. K. (2018). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan di Restoran Cepat Saji McDonald'S Cabang Robinson, Denpasar. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*. Vol. 6. (No. 2). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jtip/article/view/39216>.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management. 10 Edition*. New Jersey: Prentice
- Nasution, M.N. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Vol. No. Hal. Alamat Link.
- Parasuraman dan Berry. (2012). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol.64.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RdanD. Edisi Ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi Ke Dua*, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Edisi Kesatu*. Yogyakarta: CV Andi Offset.