Jurnal SENOPATI

Sustainability, Ergonomics, Optimization, and Application of Industrial Engineering
Jurnal homepage : ejurnal.itats.ac.id/senopati

Analisis Kualitas Pelayanan Jasa dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Kano untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus CV. Jaya Mandiri)

Muhammad Fikrul Mustanir[1], Ni Luh Putu Hariastuti[2],*
[1,2] Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Jl. Arif Rahman Hakim No. 100 Surabaya, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Halaman:
70 – 81

Tanggal penyerahan:
9 Juli 2026

Tanggal diterima:
2 Maret 2026

Tanggal terbit:
30 April 2026

EMAIL

putu_hrs@itats.ac.id.

ABSTRACT

This study aims to analyze the service quality at CV. Jaya Mandiri focuses on improving customer satisfaction. The method used integrates Servqual, Importance Performance Analysis (IPA), and the Kano Model. SERVQUAL is used to measure the gap between customer expectations and perceptions of service; IPA is used to identify service attributes prioritized for improvement; and the Kano Model is used to classify attributes by their impact on customer satisfaction. The results of the SERVQUAL analysis show that attribute RE1 has the largest negative gap value (-0.467), and attribute R4 has the largest positive gap value (0.250). There are 6 service attributes in the top-priority quadrant (Quadrant I IPA) and are classified as the Must-Be and Attractive categories in the Kano Model. The integration of these methods can provide strategic guidance to companies in effectively determining the focus of service improvement..

Keywords: *Servqual, Importance Performance Analysis, Kano Model service quality, customer satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan di CV. Jaya Mandiri yang berfokus pada peningkatan kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan mengintegrasikan Servqual, Importance Performance Analysis (IPA), dan Model Kano. SERVQUAL digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi layanan; IPA digunakan untuk mengidentifikasi atribut layanan yang diprioritaskan untuk peningkatan; dan Model Kano digunakan untuk mengklasifikasikan atribut berdasarkan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis SERVQUAL menunjukkan bahwa atribut RE1 memiliki nilai kesenjangan negatif terbesar (-0,467), dan atribut R4 memiliki nilai kesenjangan positif terbesar (0,250). Terdapat 6 atribut layanan di kuadran prioritas utama (Kuadran I IPA) dan diklasifikasikan sebagai kategori Must-Be dan Attractive dalam Model Kano. Integrasi metode-metode ini dapat memberikan panduan strategis kepada perusahaan dalam menentukan fokus peningkatan layanan secara efektif..

Kata kunci: *Servqual, Importance Performance Analysis, Kano Model, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan.*

PENDAHULUAN

Jumlah penduduk Indonesia terus mengalami peningkatan pesat, mencapai 281,60 juta jiwa berdasarkan sensus penduduk 2024. Pertumbuhan ini turut meningkatkan volume limbah tinja yang dihasilkan setiap hari. Sebagian besar masyarakat masih menggunakan sistem tangki septik, namun banyak di antaranya yang tidak dirawat dengan baik sehingga berpotensi meluap dan mencemari lingkungan. Limbah tinja yang tidak dikelola dengan optimal dapat mencemari air tanah dan sumber air permukaan, serta menyebabkan penyebaran penyakit seperti diare, kolera, dan infeksi

parasit. UNICEF mencatat bahwa hampir 70% sumber air minum di Indonesia tercemar limbah tinja akibat sanitasi yang buruk[1].

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap sanitasi mendorong perkembangan industri jasa sedot WC. Layanan ini semakin diminati, terutama di wilayah perkotaan dengan kepadatan penduduk tinggi dan sistem pembuangan limbah yang rentan bermasalah. Banyak penyedia jasa kini menawarkan layanan yang responsif seperti booking online, layanan darurat 24 jam, serta transparansi harga. Fokus tidak hanya pada penyelesaian teknis, tetapi juga pada kepuasan pelanggan sebagai tolok ukur keberhasilan, sehingga mendorong pertumbuhan dan profesionalisme industri di masa depan [2].

Kepuasan pelanggan adalah investasi yang tidak boleh diabaikan oleh setiap bisnis. Dengan berkomitmen untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan, serta menjaga komunikasi yang baik, perusahaan pada akhirnya menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang [3] . Penyedia layanan dan penggunanya pada dasarnya terlibat penuh. Jika penyedia layanan mampu memenuhi kebutuhan pengguna, layanan dianggap memuaskan [4]. Kepuasan pelanggan dengan menggunakan persepsi kualitas dan biaya yang dibayarkan, sangat berpengaruh dalam industri di mana pengalaman konsumen merupakan penentu utama nilai Pelanggan memperoleh kepuasan tidak hanya dari produk atau layanan itu sendiri, tetapi juga dari pengalaman pembelian, termasuk persepsi kewajaran harga[5]

CV Jaya Mandiri, yang bergerak di bidang layanan sedot WC, menghadapi tantangan untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya. Mengingat sifat jasa yang bersifat *intangible* (tidak berwujud). Pelanggan seringkali memberikan penilaian berdasarkan pengalaman mereka bernteraksi langsung dengan penyedia layanan. Pengalaman ini bersifat subjektif dan dapat bervariasi antar individu, sehingga sangat penting bagi perusahaan untuk menyelaraskan persepsi dan harapan pelanggan dengan realitas layanan yang mereka terima[6].

Berdasarkan data yang diperoleh pada periode Januari hingga Februari 2025, tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh CV Jaya Mandiri mencapai 87%, atau sebanyak 122 dari 140 pelanggan menyatakan puas. Namun demikian, masih terdapat sekitar 13% atau 18 pelanggan yang menyatakan ketidakpuasan terhadap layanan yang diterima. Beberapa keluhan utama yang disampaikan pelanggan mencakup lambatnya respons pelayanan, ketidaktepatan waktu kedatangan petugas, serta kurangnya komunikasi yang efektif dari pihak penyedia jasa. Apabila permasalahan ini tidak segera ditangani, hal tersebut dapat berdampak negatif terhadap loyalitas pelanggan serta citra perusahaan, terutama dalam menghadapi persaingan industri jasa yang semakin kompetitif.

Untuk menjaga daya saing, CV Jaya Mandiri perlu memahami sejauh mana pelanggannya merasa puas dengan layanan yang diberikan. Metode *Servqual* (*Service Quality*) digunakan untuk mengukur kesenjangan (gap) antara harapan pelanggan terhadap layanan yang ideal dengan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima [7]. Pemahaman mengenai kualitas layanan tidak cukup hanya dengan mengidentifikasi kesenjangan, berdasarkan aspek yang paling memengaruhi kepuasan pelanggan. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan berdasarkan nilai gap pada tiap dimensi [8]. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan serta untuk mengetahui prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh produsen jasa[9].

Model Kano digunakan untuk mengidentifikasi kepuasan konsumen, dimana model ini bertujuan untuk mengategorikan atribut-atribut dari produk ataupun jasa-jasa berdasarkan seberapa baik produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan[10]. Dalam penelitian ini digunakan 3 metode yang diintegrasikan sebagai keunggulan dari penelitian ini, yakni metode *Servqual, Importance Performance Analysis* dan model Kano dalam upaya menganalisis kepuasan pelanggan jasa di CV Jaya Mandiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan CV Jaya Mandiri, mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang perlu diperbaiki, dan pada ahirnya memberikan rekomendasi perbaikan layanan jasa.

METODE

Servqual

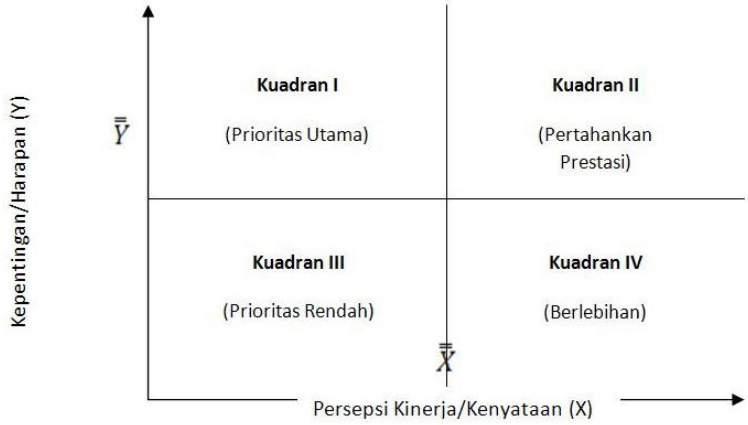
Metode *Servqual* dicetuskan dan dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1983 – 1985), Metode ini melakukan pengukuran kualitas layanan berdasarkan persepsi dan harapan pelanggan terhadap layanan yang diberikan [11]. Metode *Servqual* menegaskan kualitas layanan dianggap meningkat apabila kinerja pada suatu atribut (*Perceived Serviced*) meningkat lebih besar daripada harapan (*Expected Service*) atas atribut yang diukur, dan jika sebaliknya, maka kualitas pelayanan dianggap mengalami penurunan [12]. Adapun skala pengukuran *Servqual* sebagai berikut:

$$\boldsymbol{Q = P(Percived\ Service) - E(Expected\ Service)}$$

Metode ini menggunakan kuesioner skala likert sehingga pengukuran layanan dilakukan secara kuantitatif [13]. Metode *servqual* ini terdiri dari lima faktor layanan penting yaitu: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy* [14].

Important Performance Analyze

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA), merupakan suatu prosedur yang menunjukkan besarnya kepentingan relatif berbagai atribut dalam menentukan atribut-atribut yang mendasar, sehingga mampu mengidentifikasikan area atau atribut untuk peningkatan kualitas jasa [15]. Metode IPA digunakan sebagai dasar pemetaan hubungan antara persepsi dan harapan konsumen dalam representasi diagram *kartesius*. Gambar 1, menunjukkan diagam klasifikasi kuadran yang digunakan pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) [16].



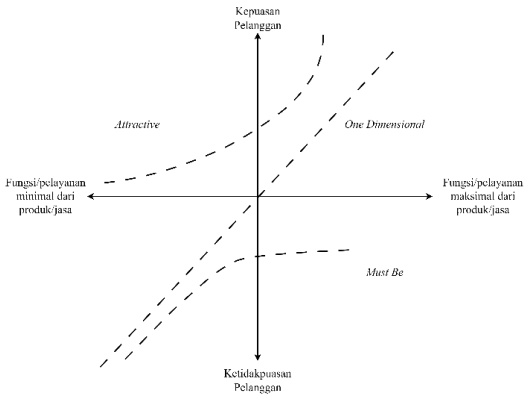
Gambar 1. Kuadran IPA

Metode ini terdiri dari 4 (empat) kuadran, yaitu Kuadran I *(Concentrate Here*), Kuadran II (*Keep up the good work*), Kuadran III (*Lower Priority*) dan Kuadran IV (*Possible Overkill*). Selain itu diagram kartesius IPA digunakan untuk menampilkan informasi yang berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, serta dapat mengetahui faktor layanan yang menurut konsumen masih sangat perlu untuk ditingkatkan [17].

Model Kano

Model kano dirancang untuk mengklasifikasikan atribut produk atau layanan berdasarkan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan [18]. Atribut-atribut layanan dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis. Pada kategori *must be* atau *basic needs*, pelanggan akan merasa tidak puas jika kinerja atribut tersebut rendah. Namun, meskipun kinerja atribut tersebut tinggi, kepuasan pelanggan tidak akan meningkat jauh di atas tingkat netral. Di kategori *one dimensional* atau *performance needs*, tingkat kepuasan pelanggan berhubungan langsung dengan kinerja atribut, sehingga semakin tinggi kinerja atribut, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Sementara itu, pada kategori *attractive* atau *excitement needs*, peningkatan kinerja atribut mampu

menyebabkan kepuasan pelanggan meningkat secara signifikan, namun penurunan kinerja atribut tidak akan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan secara drastis. Dengan menggabungkan pertanyaan fungsional dan disfungsional, maka tipe persyaratan suatu produk dapat diklasifikasikan seperti yang disajikan pada Gambar 2 [19].



Gambar 2. Diagram Model Kano

Integrasi *Importance Performance Analysis* Dengan Model Kano

Integrasi antara *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Model Kano bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam dalam menilai kepuasan pelanggan. Setelah mendapatkan hasil penelitian dan mengintegrasikan Integrasi prioritas pengembangan diperoleh dengan cara mengkombinasikan hasil klasifikasi matrik IPA dan klasifikasi mode Kano (indikator dengan kategori Kano *indifferent* atau *reverse* harus di eliminasi atau ditinjau ulang kembali) dari setiap atribut pelayanan dan mengklasifikasikannya kedalam 12 kategori dengan tingkat prioritas masing-masing[20]. Berikut pada Tabel 1 digunakan untuk melakukan pengkategorian hasil integrasi IPA dan KANO.

Tabel 1. Integrasi IPA dan KANO

Kepentingan	Kinerja	Kuadran IPA	Ketegori Kano	Kategori	Prioritas Strategi	
					Tingkatkan	Pertahankan
High	*High*	II	*Must Be*	*Survival*	-	1
High	*Low*	I		*Fatal*	1	-
Low	*Low*	III		*Cronic Disease*	2	-
Low	*High*	IV		*Fitness*	-	2
High	*High*	II	*One Dimensionall*	*Major Weapon*	-	3
High	*Low*	I		*Defenseless Strategy Point*	3	-
Low	*Low*	III		*Defenseless Zone*	4	-
Low	*High*	IV		*Supportive Weapon*	-	4
High	*High*	II	*Attractive*	*Precious Treasure*	-	5
High	*Low*	I		*Dusty Diamond*	5	-
Low	*Low*	III		*Rough Stone*	6	-
Low	*High*	IV		*Beginning Jewerly*	-	6

Identifikasi Atribut

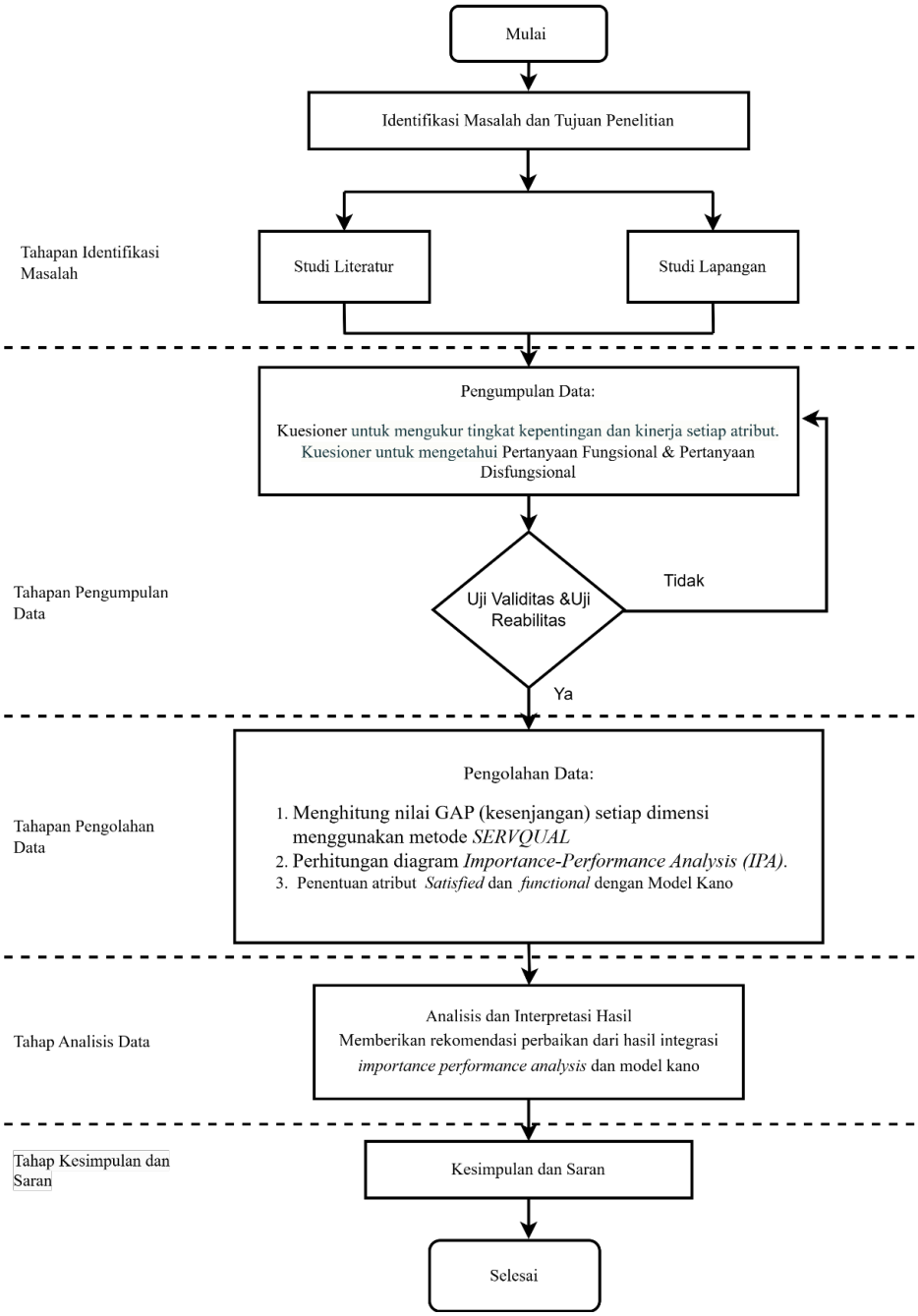
Pada tahap ini akan dilakukan proses identifikasi guna mengetahui dan memahami atribut-atribut apa saja yang diinginkan serta diharapkan oleh konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh pihak CV. Jaya Mandiri. Proses ini bertujuan untuk menggali secara lebih mendalam persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima. Adapun hasil yang diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner kepada 60 responden yang pernah menggunakan layanan CV. Jaya Mandiri, dan dari hasil tersebut berhasil dikumpulkan sebanyak 25 atribut pernyataan pada Tabel 2 yang merepresentasikan dimensi-dimensi kualitas layanan menurut perspektif pelanggan.

Tabel 2. Identifikasi Atribut

Kode	No	Atribut Keterangan
		***Tangible*/ Bukti fisik**
T1	1	Kendaraan dan peralatan yang digunakan tampak bersih dan terawat
T2	2	Petugas membawa peralatan yang lengkap dan memadai
T3	3	Area kerja setelah layanan selesai dibersihkan dari kotoran/sisa limbah.
T4	4	Kendaraan dilengkapi dengan alat penyedot yang modern dan berfungsi baik
T5	5	Petugas membawa perlengkapan kerja yang lengkap dan siap pakai
		***Responsiveness*/ Ketanggapan**
R1	1	Kecepatan respon pelayanan terhadap pemohon
R2	2	Jadwal layanan dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan
R3	3	Kecepatan petugas dalam menanggapi komplain dan permohonan pelanggan
R4	4	Petugas siap membantu jika ada permintaan tambahan
R5	5	Pelayanan yang cekatan dalam menyelesaikan komplain
R6	6	Tim siap memberikan solusi alternatif jika ada kendala teknis.
		***Assurance*/ Jaminan**
A1	1	Staf sopan dan ramah selama proses layanan
A2	2	Staf memiliki keterampilan teknis yang memadai.
A3	3	Proses sedot WC dilakukan dengan aman (tidak merusak lingkungan).
A4	4	Perusahaan memberikan garansi jika masalah terulang dalam periode tertentu
A5	5	Staf menjelaskan risiko teknis (jika ada) sebelum memulai pekerjaan
		***Emphaty*/Empati**
E1	1	Staf memahami urgensi kebutuhan pelanggan (misal: kebocoran darurat).
E2	2	Petugas selalu memberikan saran untuk jalan keluar atas masalah pelanggan
E3	3	Petugas terbuka terhadap masukan atau saran dari pelangga
E4	4	Layanan diberikan tanpa membedakan status pelanggan.
		***Reliability*/ Keandalan**
RE1	1	Petugas datang sesuai jadwal yang dijanjikan
RE2	2	Estimasi biaya yang diberikan akurat dan tidak ada biaya tambahan mendadak.
RE3	3	Tidak ada masalah yang muncul setelah pelayanan dilakukan
RE4	4	Pelayanan konsisten baik meskipun dilakukan oleh staf berbeda.
RE5	5	Limbah disedot hingga tuntas tanpa meninggalkan residu di tangki.

Flowchart Metode Penelitian

Gambar 3 menyajikan alur penelitian yang menjelaskan secara sistematis tahapan-tahapan yang dilalui, mulai dari perumusan masalah, pengumpulan data, analisis data, hingga penarikan kesimpulan, sehingga memberikan pemahaman yang menyeluruh terhadap proses dan struktur metodologi yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar *3. Flowchart* Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji *Validitas* dan Uji *Reabilitas*

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut menggunakan metode *Servqual*, IPA, dan Model Kano, langkah awal yang dilakukan adalah memastikan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan layak secara statistik. Oleh karena itu, dilakukan uji *validitas* dan *reliabilitas* terhadap item-item pertanyaan yang disusun. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan rumus *Slovin* untuk menentukan jumlah responden, dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%. Didapatkan hasil perhitungan jumlah responden sebanyak 60 orang yang merupakan pelanggan CV. Jaya Mandiri. Berdasarkan hasil analisis, seluruh item dalam kuesioner telah memenuhi kriteria validitas dengan nilai korelasi di atas batas minimum yang ditetapkan, serta uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,7, yang berarti

bahwa instrumen yang digunakan dinyatakan valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian ini.

Servqual

Untuk mengevaluasi kualitas pelayanan secara sistematis, penelitian ini terlebih dahulu menggunakan metode *Servqual* sebagai dasar pengukuran kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan.

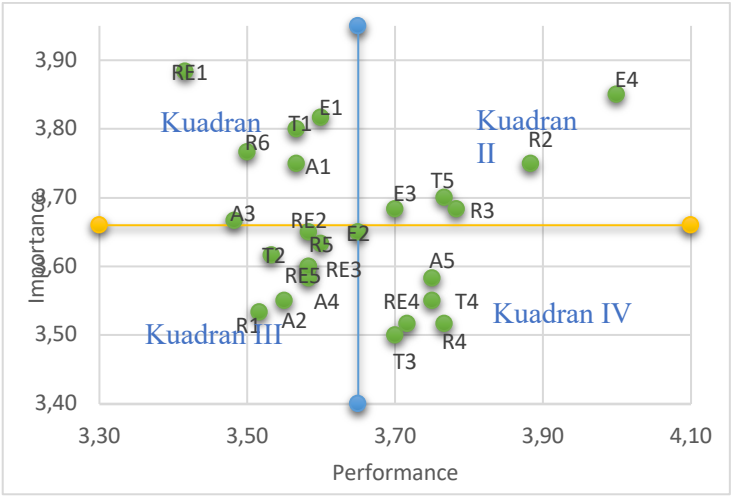
Tabel 3. Hasil Perhitungan *Servqual*

Atribut	Persepsi	Harapan	GAP	Ket
T1	3,567	3,800	-0,233	Negatif
T2	3,533	3,617	-0,083	Negatif
T3	3,700	3,500	0,200	Positif
T4	3,750	3,550	0,200	Positif
T5	3,767	3,700	0,067	Positif
R1	3,517	3,533	-0,017	Negatif
R2	3,883	3,750	0,133	Positif
R3	3,783	3,683	0,100	Positif
R4	3,767	3,517	0,25	Positif
R5	3,600	3,633	-0,033	Negatif
R6	3,500	3,767	-0,267	Negatif
A1	3,567	3,750	-0,183	Negatif
A2	3,550	3,550	0.000	Nol
A3	3,483	3,667	-0,183	Negatif
A4	3,583	3,583	0.000	Nol
A5	3,750	3,583	0,167	Positif
E1	3,600	3,817	-0,217	Negatif
E2	3,650	3,650	0.000	Nol
E3	3,700	3,683	0,017	Positif
E4	4,000	3,850	0,150	Positif
RE1	3,417	3,883	-0,467	Negatif
RE2	3,583	3,650	-0,067	Negatif
RE3	3,583	3,600	-0,017	Negatif
RE4	3,717	3,517	0,200	Positif
RE5	3,583	3,600	-0,017	Negatif

Dari hasil perhitungan gap antara nilai rata-rata persepsi dan harapan pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa gap negatif terbesar terletak pada atribut RE1yaitu -0,467 dan gap positif terbesar terletak pada atribut R4 -0,250. Dikatahui sebanyak 12 atribut negatif, 3 atribut bernilai nol dan 11 atribut bernilai positif.

Importance Performance Analysis

Setelah dilakukan pengukuran kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan menggunakan metode *Servqual*, langkah selanjutnya adalah melakukan pemetaan atribut pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja melalui metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengetahui atribut mana saja yang menjadi prioritas perbaikan berdasarkan tingkat urgensinya.



Gambar 4 Hasil Diagram IPA

Hasil pada pengklasifikasian metode IPA (Gambar 4), menunjukkan bahwa atribut yang masuk dalam Kuadran I adalah atribut kritis. Pada metode IPA didapatkan 6 (Enam) atribut kritis seperti atribut (T1) Kendaraan dan peralatan yang digunakan tampak bersih dan terawat, (R6) Tim siap memberikan solusi alternatif jika ada kendala teknis, (A1) Staf sopan dan ramah selama proses layanan, (A3) Proses sedot WC dilakukan dengan aman (tidak merusak lingkungan), (E1) Staf memahami urgensi kebutuhan pelanggan (misal: kebocoran darurat) dan (RE1) Petugas datang sesuai jadwal yang dijanjikan.

Kano Model

Meskipun metode IPA mampu menunjukkan atribut yang perlu diprioritaskan, pendekatan ini belum sepenuhnya menggambarkan bagaimana atribut mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini dilanjutkan dengan penerapan Model Kano yang untuk mengklasifikasikan atribut layanan ke dalam beberapa kategori berdasarkan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4. Hasil Model Kano

Atribut	*One-Dimensional*	*Must-be*	*Attractive*	*Indiferent*	*Reverse*	*Questionable*	Kategori
1	8	10	21	19	1	1	*Attractive*
2	6	9	22	19	4	0	*Attractive*
3	5	8	27	19	0	1	*Attractive*
4	17	13	14	12	1	3	*One-Dimensional*
5	9	9	22	18	1	1	*Attractive*
6	6	25	2	22	3	2	*Must-Be*
7	5	4	26	23	1	1	*Attractive*
8	3	27	4	19	1	6	*Must-Be*
9	22	8	17	11	2	0	*One-Dimensional*
10	5	24	2	21	4	4	*Must-Be*
11	6	4	23	20	3	4	*Attractive*
12	6	4	24	22	3	1	*Attractive*
13	6	22	4	21	4	3	*Must-Be*
14	6	5	26	20	1	2	*Attractive*
15	4	22	2	20	5	7	*Must-Be*
16	3	3	30	21	2	1	*Attractive*
17	0	31	3	21	3	2	*Must-Be*
18	3	2	29	17	5	4	*Attractive*

Tabel 4. Hasil Model Kano (Lanjutan)

Atribut	*One-Dimensional*	*Must-be*	*Attractive*	*Indiferent*	*Reverse*	*Questionable*	Kategori
19	4	23	4	21	3	5	*Must-Be*
20	1	4	29	21	4	1	*Attractive*
21	4	26	4	20	2	4	*Must-Be*
22	3	24	2	20	4	7	*Must-Be*
23	6	23	1	21	3	6	*Must-Be*
24	7	5	23	21	3	1	*Attractive*
25	2	23	3	21	5	6	*Must-Be*

Hasil pada Tabel 4 menyajikan kategori masing-masing atribut berdasarkan Model Kano, yang mengelompokkan atribut sesuai dengan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan, yaitu *Must-Be*, *One-Dimensional*, *Attractive*, dan lainnya. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar atribut kritis yang diidentifikasi melalui IPA termasuk dalam kategori *Must-Be* dan *Attractive*, yang menandakan bahwa atribut-atribut tersebut sangat penting dan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan.

Integrasi IPA-KANO

Untuk memperoleh hasil analisis yang lebih strategis dan aplikatif, maka dilakukan integrasi antara hasil *Importance Performance Analysis* dan Model Kano. Dengan menggabungkan kedua pendekatan ini, perusahaan dapat mengidentifikasi atribut yang tidak hanya memiliki kinerja rendah, tetapi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga prioritas perbaikannya menjadi lebih tepat sasaran. Hasil integrasi kedua metode tersebut dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 5. Hasil Integrasi IPA dan KANO

Atribut	Kategori IPA	Kategori KANO	Kategori IPA - Kano	Tingkatkan	Pertahankan
T1	Kuadran 1	*Attractive*	*Dusty Diamond*	5	
T2	Kuadran 3	*Attractive*	*Rough Stone*	6	
T3	Kuadran 4	*Attractive*	*Beginning Jewerly*		6
T4	Kuadran 4	One-Dimensional	*Supportive Weapon*		4
T5	Kuadran 2	*Attractive*	*Precious Treasure*		5
R1	Kuadran 3	*Must-Be*	*Cronic Disease*	2	
R2	Kuadran 2	*Attractive*	*Precious Treasure*		5
R3	Kuadran 2	*Must-Be*	*Survival*		1
R4	Kuadran 4	*One-Dimensional*	*Supportive Weapon*		4
R5	Kuadran 3	*Must-Be*	*Cronic Disease*	2	
R6	Kuadran 1	*Attractive*	*Dusty Diamond*	5	
A1	Kuadran 1	*Attractive*	*Dusty Diamond*	5	
A2	Kuadran 3	*Must-Be*	*Cronic Disease*	2	
A3	Kuadran 1	*Attractive*	*Dusty Diamond*	5	
A4	Kuadran 3	*Must-Be*	*Cronic Disease*	2	
A5	Kuadran 4	*Attractive*	*Beginning Jewerly*		6
E1	Kuadran 1	*Must-Be*	*Fatal*	1	
E2	Kuadran 3	*Attractive*	*Rough Stone*	6	
E3	Kuadran 2	*Must-Be*	*Survival*		1
E4	Kuadran 2	*Attractive*	*Precious Treasure*		5
RE1	Kuadran 1	*Must-Be*	*Fatal*	1	

Tabel 6 Hasil Integrasi IPA dan KANO (Lanjutan)

Atribut	Kategori IPA	Kategori KANO	Kategori IPA - Kano	Tingkatkan	Pertahankan
RE2	Kuadran 3	*Must-Be*	*Fitness*		2
RE3	Kuadran 3	*Must-Be*	*Fitness*		2
RE4	Kuadran 4	*Attractive*	*Beginning Jewerly*		6
RE5	Kuadran 3	*Must-Be*	*Cronic Disease*	2	

Hasil integrasi Metode IPA dan Model Kano menunjukkan pemetaan yang lebih tajam terhadap prioritas perbaikan layanan. Terdapat, enam atribut yang berada di Kuadran I IPA dan tergolong kategori *Must-Be* serta *Attractive* menurut analisis Model Kano. Atribut seperti RE1 (ketepatan waktu) dan E1 (pemahaman kondisi darurat) termasuk *Fatal*, artinya sangat krusial untuk segera diperbaiki. Sementara T1, R6, A1, dan A3 masuk kategori *Dusty Diamond*, yang jika ditingkatkan dapat berdampak besar pada kepuasan pelanggan. Hasil ini membantu perusahaan fokus pada perbaikan layanan paling berdampak.

Rekomdasi Perbaikan Berdasarkan Integrasi IPA-KANO

Berdasarkan hasil analisis integrasi metode IPA dan Model Kano, terdapat enam atribut layanan di CV. Jaya Mandiri yang menjadi prioritas utama untuk segera diperbaiki. Atribut ini berada di Kuadran I IPA dan termasuk kategori *Must-Be* serta *Attractive*. Keenam atribut tersebut adalah RE1 (Petugas datang sesuai jadwal yang dijanjikan), E1(Staf memahami urgensi kebutuhan pelanggan (misal: kebocoran darurat)), T1 (Kendaraan dan peralatan yang digunakan tampak bersih dan terawat), R6 (Tim siap memberikan solusi alternatif jika ada kendala teknis), A1 (Staf sopan dan ramah selama proses layanan), dan A3 (Proses sedot WC dilakukan dengan aman (tidak merusak lingkungan)). Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk melakukan perbaikan menyeluruh dalam aspek ketepatan waktu, respons terhadap kondisi darurat, kebersihan peralatan, kesiapan teknis tim, sikap pelayanan, dan keamanan proses kerja. Upaya perbaikan dapat dilakukan melalui pelatihan staf, penyusunan SOP yang lebih jelas, perawatan rutin peralatan, serta penguatan komunikasi dan tanggung jawab lingkungan, guna meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa integrasi antara metode *Servqual, Importance Performance Analysis* (IPA), dan Model Kano mampu menyajikan gambaran menyeluruh terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh CV. Jaya Mandiri. Melalui analisis gap metode *Servqual*, diketahui bahwa terdapat perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan, di mana atribut RE1 (petugas datang tepat waktu) memiliki nilai gap negatif tertinggi (-0.467). Dengan demikian, atribut ini menjadi indikator paling kritis yang harus segera diperbaiki. Hasil analisis menggunakan metode IPA menunjukkan bahwa terdapat enam atribut yang masuk dalam Kuadran I, yaitu kuadran yang mencerminkan atribut dengan tingkat kepentingan tinggi namun memiliki kinerja rendah. Atribut-atribut tersebut mencakup aspek kebersihan peralatan, kesiapan solusi teknis, sopan santun staf, keamanan layanan, pemahaman terhadap kebutuhan darurat, serta ketepatan waktu. berdasarkan hasil klasifikasi dengan Model Kano, sebagian besar atribut yang berada dalam Kuadran I IPA tergolong dalam kategori *Must-Be* dan *Attractive*. Hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut tidak hanya dianggap penting oleh pelanggan, tetapi juga sangat memengaruhi tingkat kepuasan secara signifikan. Integrasi antara IPA dan Model Kano menunjukkan bahwa atribut RE1 dan E1, termasuk dalam kategori *Fatal* menjadi prioritas utama perbaikan. Perusahaan perlu memfokuskan perbaikan pada atribut layanan prioritas yang berdampak langsung terhadap kepuasan pelanggan, melalui peningkatan disiplin petugas, kesiapan teknis, kebersihan peralatan, serta standar pelayanan yang lebih responsif dan ramah.

.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Qury Alvini, "Kualitas Air di Masyarakat Buruk akibat Tercemar Limbah Tinja," Kompasiana.

[2] Teddy Chandra, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyality : Tinjauan Teoritis*. 2020.

[3] Callexpertes, "Understanding and Addressing Customer Needs Is Important," Callexpertes. [Daring]. Tersedia pada: https://callexperts.com/blog/understanding-and-addressing-customer-needs/

[4] J. A. Pradana, N. Luh, dan P. Hariastuti, "Kualitas Sistem Layanan Menggunakan Metode Fuzzy-Service Quality," *J. Ilm. Tek. dan Manaj. Ind.*, vol. 3, no. 1, hal. 2023–2032, 2023.

[5] S. Asawawibul, K. Na-nan, K. Pinkajay, dan N. Jaturat, "Journal of Open Innovation : Technology , Market , and Complexity The influence of cost on customer satisfaction in e-commerce logistics : Mediating roles of service quality , technology usage , transportation time , and production condition," *J. Open Innov. Technol. Mark. Complex.*, vol. 11, no. 1, hal. 100482, 2025, doi: 10.1016/j.joitmc.2025.100482.

[6] Elia Cahyani, Tazkiyyah Nururrohmah, Cindy Firstiananda Deka, dan Mohamad Zein Saleh, "The Role of Service Quality in Building Customer Satisfaction," *J. Manag. Creat. Bus.*, vol. 2, no. 4, hal. 192–205, 2024, doi: 10.30640/jmcbus.v2i4.3300.

[7] P. Issn, A. Suhara, dan F. N. Hidayat, "Pelanggan Gym Dengan Metode Servqual Ipa Dan Kaizen," vol. 9, no. 1, hal. 378–387, 2024.

[8] M. F. Pradana, L. O. A. Safar, dan T. A. Pawitra, "(Journal of Industrial and Manufacture Engineering)," *JIME (Journal Ind. Manuf. Eng.*, vol. 5, no. 1, hal. 30–40, 2023.

[9] R. K. Umam dan N. P. Hariastuti, "Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA)," *Semin. Nas. Sains dan Teknol. Terap. VI 2018 Inst. Teknol. Adhi Tama Surabaya*, hal. 339–344, 2018.

[10] J. Budhiana dan A. Z. Wahida, "Penggunaan Metode Integrasi Importance Performance Analysis (IPA) dan Metode Kano dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Pasien," *Santika J. Ilm. Sains dan Teknol.*, vol. 9, no. 2, hal. 979–995, 2019.

[11] D. F. Hidayat, L. O. A. S. Tosungku, dan L. D. Fathimahhayati, "Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus: PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur)," *J. Tek. Ind. J. Has. Penelit. dan Karya Ilm. dalam Bid. Tek. Ind.*, vol. 9, no. 1, hal. 167, 2023, doi: 10.24014/jti.v9i1.21281.

[12] M. R. Nizar dan G. Adriansyah, "Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Dan Ipa (Outlet Bebicare Desa Wiyung)," *JISO J. Ind. Syst. Optim.*, vol. 5, no. 2, hal. 122, 2022, doi: 10.51804/jiso.v5i2.122-129.

[13] M. S. W. Dewi, S. Nabila, dan S. G. Hilaly, "Analisis Kepuasan Pengguna terhadap Kualitas Layanan Portal Layanan Mahasiswa (POLAM) Menggunakan Metode Servqual," *J. Teknol. Dan Sist. Inf.*, vol. 4, no. 2, hal. 198–207, 2023, [https://doi.org/10.33365/jtsi.v4i2.2635

[14] P. Bhattacharya *et al.*, "Perception-satisfaction based quality assessment of tourism and hospitality services in the Himalayan region: An application of AHP-SERVQUAL approach on Sandakphu Trail, West Bengal, India," *Int. J. Geoheritage Park.*, vol. 11, no. 2, hal. 259–275, 2023, doi: 10.1016/j.ijgeop.2023.04.001.

[15] M. Jazuli, D. Samanhudi, dan Handoyo, "Analisis kualitas pelayanan dengan SERVQUAL dan importance performance analysis di PT. XYZ," *Juminten J. Manaj. Ind. dan Teknol.*, vol. 1, no. 1, hal. 67–75, 2020, [Daring]. Tersedia pada: url: http://juminten.upnjatim.ac.id/index.php/juminten

[16] A. Ikhwana dan Nurhamdani, "Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Integrasi Metode Service Quality …," *J. Kalibr.*, vol. 21, no. 2, hal. 99–106, 2023.

[17] A. Rochman dan Suparto, "Analisa Kepuasan Pelanggan Pada Minimarket Xyz Dengan

Metode Costumer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (IPA)," *Semin. Nas. Sains dan Teknol. Terap. VII*, vol. 11, no. 1, hal. 1–14, 2019.

[18] R. Wahyuniardi, A. Syaifulbachri, dan R. Algaza, "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Bauran Pemasaran Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis dan Model Kano (Studi Kasus : L ' societe Dine and Bar Bandung)," vol. 7, no. 2, 2018.

[19] N. B. Puspitasari, H. Suliantoro, dan L. Kusumawardhani, "Dengan Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Model Kano (Studi Kasus di PT . Perusahaan Air Minum Lyonnaise Jaya Jakarta)," vol. V, no. 3, hal. 185–198.

[20] K. Dewi, Shanty, 'Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis dan Model KANO,'" *J. Sist. dan Manaj. Ind.*, vol. 2 NO 2, hal. 7–8, 2018.