

ANALISA KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*

Risep Khairul Umam¹, Niluh Putu Hariastuti²

Institut Teknologi Adhi Tama^{1,2}
risepkhairulumam@gmail.com

ABSTRACT

Customer satisfaction and trust is indeed the most dominant problem in every business unit engaged in the service sector, but the process to meet customer satisfaction is not easy. Because, many other factors can influence the level of customer satisfaction. The quality of service provided will be one of the dominant factors that are considered by consumers towards the level of perceived satisfaction. Through this study, the authors aim to determine the level of customer satisfaction with OIS Photography for service and company performance that has been felt and determine the criteria that become service priorities. By using the Customer Satisfaction Index (CSI) method to determine the level of customer satisfaction and the Importance Performance Analysis (IPA) method to identify the importance of each service attribute and priority improvements that must be made by OIS Photography. Based on the results of the study, it is known that female consumers, consumers between the ages of 21 and 30, consumers with the last level of education (Bachelor, S2, S3) are the dominant consumers. The level of customer satisfaction with OIS Photography based on CSI is 74.19%. Based on the IPA method, there are 3 (three) attributes in quadrant A which are the attributes of improvement, namely the variation of the choice of various photography services, the waiting period for photo prints that are not long, the ability of employees to understand consumer desires

Kata kunci: *Service Quality, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis.*

ABSTRAK

Kepuasan dan kepercayaan pelanggan memang menjadi masalah yang paling dominan pada setiap unit usaha yang bergerak pada bidang jasa, akan tetapi proses untuk memenuhi kepuasan pelanggan tersebut tidaklah mudah. Karena, banyak faktor-faktor lain yang dapat berpengaruh dari tercapainya tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Kualitas pelayanan yang diberikan akan menjadi salah satu faktor dominan yang menjadi pertimbangan konsumen terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan. Melalui penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan *customer* OIS Photography terhadap pelayanan dan kinerja perusahaan yang sudah dirasakan serta menentukan kriteria-kriteria yang menjadi prioritas pelayanan. Dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan serta prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh OIS Photography. Berdasarkan hasil penelitian diketahui konsumen berjenis kelamin perempuan, konsumen berusia antara 21 hingga 30 tahun, konsumen dengan tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S1, S2, S3) merupakan konsumen yang dominan. Tingkat kepuasan konsumen terhadap OIS Photography berdasarkan CSI adalah sebesar 74.19 %. Berdasarkan metode IPA terdapat 3 (tiga) atribut pada kuadran A yang menjadi atribut perbaikan yaitu Variasi pilihan jasa fotografi yang beragam, Masa tunggu hasil cetak foto yang tidak lama, Kemampuan karyawan dalam memahami keinginan konsumen.

Kata kunci: *Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis.*

PENDAHULUAN

Kebutuhan dan keinginan konsumen yang bervariasi dalam proses memilih dan menentukan produk jasa yang akan mereka gunakan, serta semakin kritisnya konsumen dalam

menentukan pilihannya menjadi salah satu faktor yang membuat persaingan antar usaha di bidang jasa ini semakin ketat, sehingga unit-unit usaha yang terlibat harus berusaha dan menentukan strategi yang terbaik untuk memberikan pelayanan dan kualitas produk jasanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tanpa mengesampingkan aspek biaya dan keuntungan yang mungkin diperoleh [1].

OIS *Photography* menyediakan jasa fotografi untuk berbagai acara seperti jasa fotografi pada acara pernikahan, pada acara wisuda ataupun kelulusan, dan acara-acara lain yang membutuhkan jasa dokumentasi pada acara tersebut. Melalui penelitian ini, penulis bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, tingkat kepuasan *customer* OIS *Photography* terhadap pelayanan dan kinerja perusahaan yang sudah dirasakan serta menentukan kriteria-kriteria yang menjadi prioritas pelayanan. Dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap penggunaan jasa yang diberikan dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan serta untuk mengetahui prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh produsen jasa yang dalam penelitian ini adalah OIS *Photography*.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan tingkat kinerja atau hasil yang diterima dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan [2]. Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan. Tentang jaminan pelayanan yang dapat memberikan manfaat dalam hal sebagai berikut:

- a. Fokus pada pelanggan. Perusahaan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan memulihkannya ketika terjadi penyimpangan, untuk itu selalu ada survei untuk mengetahui bagaimana kebutuhan yang telah diidentifikasi dapat terus-menerus sampai ke pelanggan.
- b. Menyusun standar yang jelas. Kebutuhan yang spesifik membuat standar yang jelas dan tanggungjawab dari penyedia.
- c. Menjamin umpan balik. Pelanggan yang tidak puas akan merasa ada insentif untuk menyampaikannya kepada perusahaan karena perusahaan peduli dengan mereka.
- d. Membangun loyalitas pelanggan. Jaminan akan mengurangi risiko, membuat harapan secara eksplisit, dan membangun pangsa pasar dengan menahan pelanggan yang tidak puas yang akan meninggalkan perusahaan.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer satisfaction index digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atau harapan dari atribut-atribut jasa pelayanan [3]. Untuk mengetahui besarnya nilai CSI, maka langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)
Mean Importance Score (MIS) adalah rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. Sedangkan *Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah rata-rata skor untuk tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan oleh pelanggan.

$$MIS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

Y_i = Nilai kepentingan atribut Y ke-i

n = Jumlah responden

$$MSS = \frac{[\sum_{i=1}^n Y_i]}{n} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

Y_i = Nilai kepuasan atribut Y ke-i

n = Jumlah responden

2. Menghitung *Weight Factor* (WF) atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan:

MIS_i = Nilai rata-rata kepentingan ke-i

$\sum_{i=1}^p MIS_i$ = Total rata-rata kepentingan dari ke-i ke-p

3. Menghitung *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan.

$$WS_i = WFi \times MSS \dots\dots\dots(4)$$

Keterangan:

WFi = Faktor tertimbang ke-i

MPS = Rata-rata tingkat kepuasan

4. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p MIS}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots(5)$$

Keterangan:

$\sum_{i=1}^p MIS$ = Total rata-rata skor kepentingan dari-i ke-p

HS = HS (*higest scale*) merupakan skala maksimum yang digunakan

Importance Performance Analysis (IPA)

Importance performance analysis adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa saja yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa (konsumen) [4].

Untuk mengetahui posisi masing-masing atribut menggunakan perhitungan nilai rata-rata dari masing-masing atribut dengan formulasi sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \text{ dan } \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots(8)$$

Dimana:

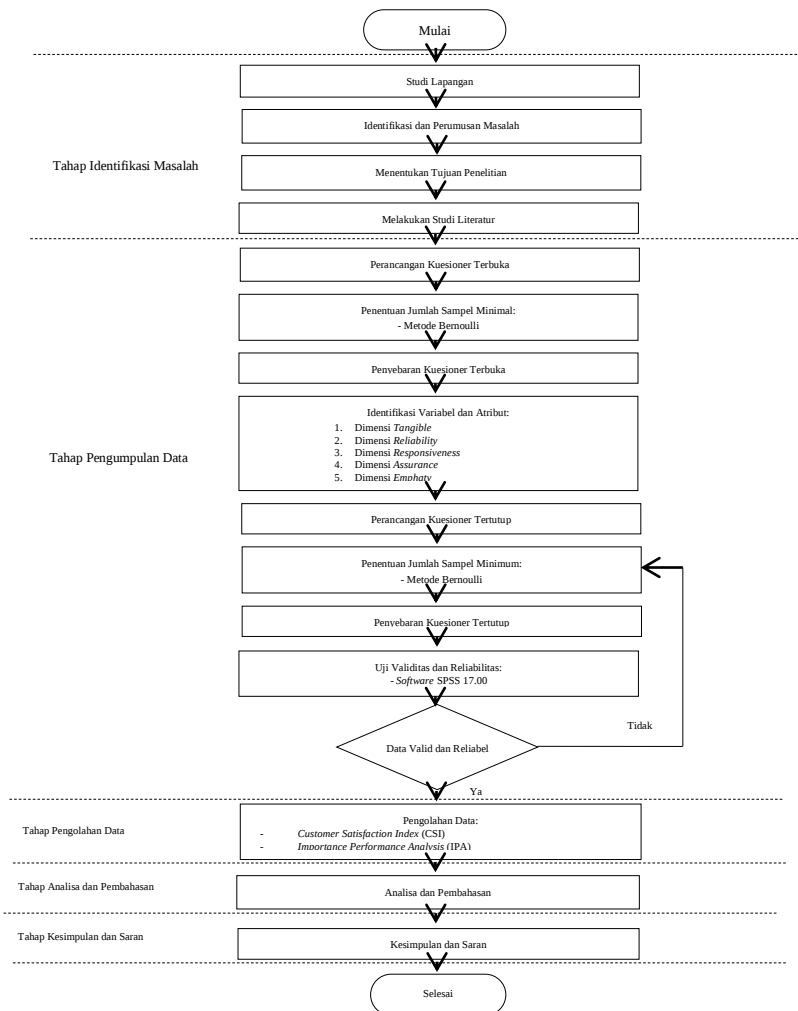
$\bar{X}$ = Skor rata-rata persepsi/*performance*

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata harapan/*importance*

n = jumlah responden

METODE

Untuk memulai sebuah penelitian, maka diperlukan sebuah metode yang terstruktur sehingga dapat membantu proses penulisan laporan dan menyelesaikan permasalahan yang dibahas pada penelitian ini. Berikut ini adalah tahap-tahap pada metode penelitian yang akan dilakukan.



Gambar 1. *Flowhart* Metode Penelitian

PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 1. Daftar Tinjauan Pustaka

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Objek Penelitian	Hasil Penelitian
1	Arfan Usman Sumaga	Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Penerapan Manajemen Rekayasa Konstruksi Profesional Ruko.	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Business Park Kota Gorontalo	Secara keseluruhan pengguna jasa merasa cukup puas terhadap penerapan manajemen rekayasa konstruksi professional di kawasan business park kota Gorontalo, akan tetapi ada beberapa atribut pelayanan yang harus diperbaiki dan ditingkatkan lagi kinerjanya oleh pihak pengembang.
2	Lulu Dian Anggraini, Panji Doeranto, Dhita Morita Iksari.	Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Ria Jenaka Coffe and Resto	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh berdasarkan CSI adalah sebesar 0.66 dan terletak di rentang nilai 0.66-0.80 yang menunjukkan hasilnya bahwa indeks kepuasan pengunjung adalah berada pada kriteria puas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Dengan menggunakan *software* SPSS 17.00 uji validitas (2 – *tailed*) dengan N=50, nilai R tabel untuk setiap atribut adalah sebesar 0.279, maka semua atribut yang diuji dinyatakan *valid*.
2. Dengan menggunakan *software* SPSS 17.00 dapat diketahui hasil untuk nilai *Cronbach's Alpha* setiap atribut jasa lebih dari 0.60, dengan demikian semua atribut yang diuji dapat dinyatakan *reliable*.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Berdasarkan hasil pengukuran tingkat kepuasan, diperoleh nilai CSI untuk seluruh atribut jasa pada OIS *Photography* adalah sebesar 74.19 % yang masuk ke dalam kategori puas.

Importance Performance Analysis (IPA)

Dengan menggunakan *software* SPSS 17.00 diketahui bahwa terdapat 3 (tiga) atribut yang terdapat pada kuadran A, yaitu Variasi pilihan jasa fotografi yang beragam, Masa tunggu hasil cetak foto yang tidak lama, dan Kemampuan karyawan dalam memahami keinginan

konsumen. Atribut tersebut merupakan atribut-atribut yang menjadi fokus perbaikan OIS *Photography*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa pelanggan perempuan, konsumen yang berusia antara 21 hingga 30 tahun, tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S1, S2, S3), serta jenis pekerjaan pelajar/mahasiswa merupakan karakteristik dominan konsumen OIS *Photography*. Berdasarkan hasil perhitungan dan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan OIS *Photography* adalah sebesar 74.19 % (puas), sedangkan atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting dan dalam menentukan kepuasan pelanggan pada OIS *Photography* dan menjadi prioritas perbaikan adalah Variasi pilihan jasa fotografi yang beragam, Masa tunggu hasil cetak foto yang tidak terlalu lama, Kemampuan karyawan dalam memahami keinginan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aritonang, R. 2015. *Kepuasan Pelanggan dan Pengukuran Menggunakan SPSS*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- [2] Aryani, D, dan F. Rosinta. 2010. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Volume 17, Nomor 2.
- [3] Deviani, V, dan R. A. Rizko. 2016. *Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Potential Gain in Customer Value*. Jurnal Rekrayasa dan Manajemen Sistem Informasi, Vol. 2, No.2. Riau.
- [4] Eriyanto. 2015. *Teknik Sampling Analisis Opini Public*. LKiS Pelangi Aksara. Yogyakarta.