

ANALISA KEPUASAN PELANGGAN PADA MINIMARKET XYZ DENGAN METODE COSTUMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

Abdul Rochman¹, Suparto²
Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya
Jln. Arief Rahman Hakim 100, Surabaya, Telp. (031) 5981687, 5945043
email: abdulroch24@gmail.com, suparto@itats.ac.id

ABSTRACT

Service is defined as an action or a way to serve others for fulfilling their needs and desires. Basically, various services that the customers have ever got can determine the customer satisfaction. Therefore, this research aimed at determining the level of customer satisfaction toward the service given by Minimarket XYZ. To get the data, the researcher distributed questionnaire referring to 5 dimensions of service quality within 23 attributes. Data of questionnaire presented in Likert Scale were then processed by Customer Satisfaction Index (CSI) method for investigating the level of customer service and by Importance Performance Analysis (IPA) method for recognizing the appropriateness between the level of service performance and that of customer interest. As a result, the researcher gained CSI value by 0.708 indicating that the customers felt satisfied with the service quality of Minimarket XYZ. Meanwhile, in terms of IPA analysis, there were 3 attributes in need of improvement category namely clean shop condition, tidy item placement, and appropriate item prices between on the shelf and at the cashier.

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis*

ABSTRAK

Pelayanan adalah suatu tindakan atau cara melayani orang lain untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Berbagai jenis pelayanan yang didapatkan oleh pelanggan selama menggunakan pelayanan tersebut dapat menentukan kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Minimarket XYZ. Dalam penelitian ini, data diperoleh dari penyebaran kuesioner yang mengacu pada 5 dimensi kualitas jasa yang terdiri dari 23 atribut. Data kuesioner berdasarkan skala *likert* diolah dengan menggunakan metode *Costumer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui kesesuaian antara tingkat kinerja pelayanan yang diberikan dengan tingkat kepentingan pelanggan. Dari hasil penelitian didapatkan nilai CSI sebesar 0,708 yang menunjukkan pelanggan merasa puas atas kualitas pelayanan Minimarket XYZ. Sedangkan untuk analisa IPA terdapat 3 atribut yang termasuk dalam kategori perbaikan yaitu kondisi toko dalam keadaan bersih, penataan barangnya rapi dan harga barang yang tercantum di rak barang sesuai dengan harga di kasir.

Kata kunci: *Costumer Satisfaction Index, Importance Performance Analysis, kepuasan pelanggan.*

PENDAHULUAN

Salah satu jenis retail yang berkembang pesat di Indonesia adalah minimarket. Keuntungan berbelanja di minimarket antara lain kemudahan memilih produk yang diinginkan, harga produk yang pasti, suasana toko yang aman dan nyaman serta dapat menghemat waktu dan tenaga karena dapat berbelanja dalam satu area[1]. Minimarket XYZ menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti sembako, peralatan dapur, makanan & minuman, peralatan mandi dsb. Untuk memenangkan kompetisi, Minimarket XYZ sadar betul harus memiliki perbedaan yang unik dan desain strategi pemasaran yang tepat. Salah satu keunggulan fitur Minimarket XYZ dari minimarket lain adalah menawarkan produknya dengan harga murah.

Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, Minimarket XYZ tidak terlepas dari keluhan pelanggan. Keluhan pelanggan merupakan bentuk aspirasi pelanggan yang terjadi karena ketidakpuasan terhadap suatu barang atau jasa[2]. Adanya keluhan tersebut mengakibatkan ketidaknyamanan konsumen dalam berbelanja sehingga menyebabkan kualitas pelayanan yang diberikan minimarket kurang baik dimata konsumen. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas kenyataan jasa atau produk dalam memenuhi harapan pelanggan[3]. Tingkat kepuasan pelanggan tersebut dapat diukur dengan metode yang dinamakan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan untuk menentukan atribut apa saja yang menjadi prioritas perbaikan dilakukan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan bergantung kepada persepsi pelanggan, jika yang diharapkan oleh pelanggan bagus, maka kualitas pelayanannya dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam waktu yang lama[4]. Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk secara terus-menerus dapat memahami harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Penentuan Sampel Minimal

Penentuan sampel minimal menggunakan metode *Bernoulli* yang berguna untuk mengukur jumlah sampel minimal yang harus diambil oleh peneliti dalam suatu studi kasus dimana ukuran populasi yang ada masih tidak dapat diketahui dengan pasti [5]. Berikut merupakan rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel minimal dengan menggunakan metode *Bernoulli* :

$$N = \frac{\left(Z \frac{\alpha}{2} \right) \cdot p \cdot q}{e^2} \dots\dots\dots (1)$$

Dimana :

- p = Proporsi jumlah kuesioner yang dijawab benar
- q = Proporsi jumlah kuesioner yang dijawab salah
- $Z_{\alpha/2}$ = Nilai Z (tabel normal) yang berhubungan dengan tingkat kepercayaan
- e = Toleransi kesalahan

Customer Satisfaction Index

CSI ini digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen penggunaan jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat harapan dari atribut-atribut produk/jasa. Adapun formulasi untuk menentukan (*Customer Satisfaction Index*) adalah sebagai berikut[6]:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)
Mean Importance Score (MIS) adalah rata-rata skor pentingnya suatu atribut yang berasal dari rata-rata kepentingan tiap konsumen. Sedangkan *Mean Satisfaction*

Score (MSS) adalah rata-rata kinerja suatu atribut yang berasal dari rata-rata kinerja perusahaan yang dirasakan oleh konsumen.

2. Membuat *Weight Factors* (WF) atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.
3. Menghitung *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kinerja atau *Mean Satisfaction Score* (MSS)
4. Menentukan *Customer Satisfaction Index*

$$CSI = \frac{\sum_{k=1}^p WS_k}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots (2)$$

Dimana :

$\sum_{k=1}^p WS_k$ = Total nilai *weight score*
 HS = Skala maksimum yang digunakan

Tabel 1 Kriteria Nilai *Costumer Satisfaction Index*

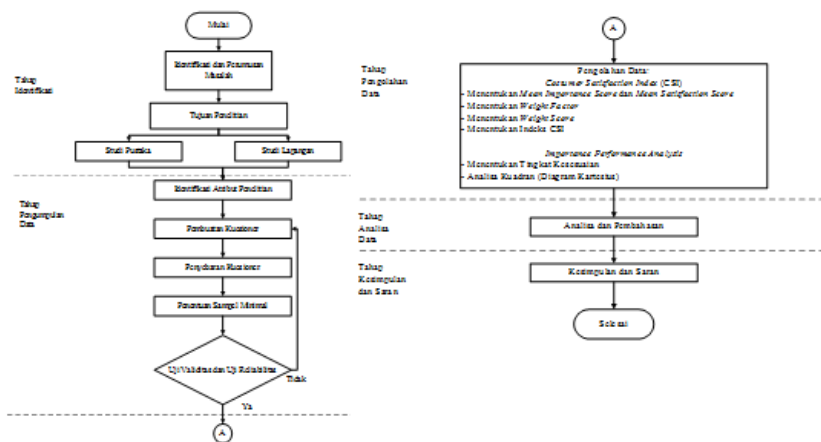
No	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	0,81 – 1,00	Sangat Puas
2	0,66 – 0,80	Puas
3	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4	0,35 – 0,50	Kurang Puas
5	0,00 – 0,34	Tidak Puas

Sumber :[7]

Diagram Kartesius

Analisa *Importance Performance Analysis* berupa diagram kartesius digunakan untuk menampilkan informasi yang berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, serta dapat mengetahui faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen masih sangat perlu untuk ditingkatkan. [6].

METODE PENELITIAN



Gambar 1 Flowchart Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penentuan Sampel Minimal

Sebagai sampel awal kuesioner telah disebar sebanyak 45 buah kuesioner. Proporsi responden yang mengisi kuesioner secara lengkap sebanyak 43 kuesioner (95%), sedangkan responden yang tidak mengisi secara lengkap sebanyak 2 kuesioner (5%). Dengan $\alpha = 5\%$ besar jumlah sampel berdasarkan pendekatan *Bernoulli* dapat diperoleh jumlah menggunakan persamaan 1 :

$$N = \frac{\left(Z \frac{\alpha}{2}\right)^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

$$N = \frac{(1,96)^2 \cdot \frac{43}{45} \cdot \frac{2}{45}}{0,05^2}$$

$$N = \frac{0,182476}{0,0025}$$

$$= 65,259$$

$$= 66 \text{ responden.}$$

Sampel penelitian yang diperlukan adalah 66 kuesioner, sedangkan jumlah kuesioner pada tahap kedua yang disebar sebanyak 98 kuesioner. Dengan demikian pengumpulan data penelitian ini sudah memenuhi syarat ukuran sampel yang ditetapkan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Dengan menggunakan *software* SPSS 16.00 uji validitas dengan $N=98$, nilai R tabel untuk setiap atribut adalah sebesar 0,197, maka semua atribut yang diuji dinyatakan *valid*.
2. Dengan menggunakan *software* SPSS 16.00 dapat diketahui hasil untuk nilai *Cronbach's Alpha* setiap atribut jasa lebih dari 0,60, dengan demikian semua atribut yang diuji dapat dinyatakan reliabel.

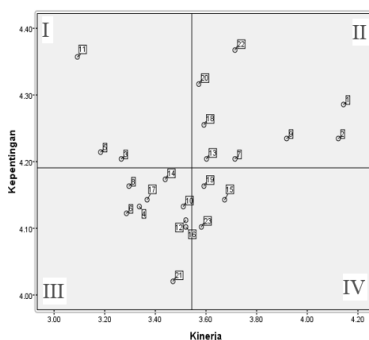
Customer Satisfaction Index

Tingkat kepuasan pelanggan yang didapatkan dari seluruh atribut pelayanan Minimarket diperoleh nilai CSI sebesar 0,708. Nilai CSI tersebut berada pada rentang 0,66 – 0,80 yang berarti secara keseluruhan pelanggan Minimarket XYZ merasa puas.

Importance Performance Analysis (IPA)

Diagram Kartesius

Tujuan dari penggunaan diagram kartesius adalah untuk melihat secara lebih terperinci mengenai atribut-atribut yang masuk kedalam kategori perbaikan dan atribut yang masuk ke dalam kategori perlu dipertahankan. Adapun hasil pembagian setiap atribut pada setiap kuadran ditampilkan pada gambar 2.



Gambar 2 Diagram Kartesius

Pada kuadran I merupakan posisi yang memuat atribut yang dianggap penting bagi pelanggan Minimarket XYZ, tetapi pada kenyataannya atribut belum sesuai dengan apa yang diharapkan (tingkat kinerja yang dirasakan masih rendah). Atribut yang berada di kuadran ini perlu diperbaiki secara terus menerus untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Adapun atribut yang ada di kuadran I adalah kondisi toko dalam keadaan bersih (atribut 3), penataan barangnya rapi (atribut 5) dan harga barang yang tercantum di rak barang sesuai dengan harga di kasir (atribut 11).

Pada kuadran II merupakan posisi yang memuat atribut yang dianggap penting bagi pelanggan Minimarket XYZ tetapi tingkat kinerja yang dirasakan sangat baik. Atribut yang berada di kuadran ini perlu dipertahankan sebab kualitas pelayanannya sudah sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan. Adapun atribut yang ada di kuadran II adalah akses lokasi toko mudah dijangkau (atribut 1), terdapat area parkir yang cukup luas (atribut 2), produk yang dijual lengkap sesuai kebutuhan (atribut 7), harga bersaing untuk minimarket sekelas (atribut 9), karyawan cepat dan tepat dalam melayani konsumen (atribut 13), tempat parkir aman (atribut 18), produk terjamin kualitasnya (tidak rusak, kadaluarsa, terbuka kemasannya) (atribut 20), dan karyawan sopan dan ramah terhadap konsumen (atribut 22).

Pada kuadran III, merupakan atribut yang dianggap kurang penting bagi pelanggan Minimarket XYZ, tetapi tingkat kinerja yang dirasakan cukup baik. Atribut yang berada di kuadran ini perlu dipertahankan meski tidak memberikan pengaruh yang besar bagi pelanggan. Adapun atribut yang ada di kuadran III adalah suhu ruangan toko yang nyaman (atribut 4), jumlah kasir mencukupi (atribut 6), kemudahan mencari barang dengan adanya tata letak yang baik (atribut 8), sering ada promo atau potongan harga (atribut 10), teliti dan tepat dalam pengembalian uang kembalian pada konsumen (atribut 12), karyawan bersedia dalam membantu konsumen mendapatkan produknya (atribut 14), karyawan sangat paham akan produk yang dijual dari segi penempatannya (atribut 16), bila ada keluhan pihak minimarket segera merespon (atribut 17), dan tersedia sarana keluhan pelanggan melalui kotak saran dan telepon (atribut 21).

Pada kuadran IV merupakan posisi yang dianggap kurang penting bagi pelanggan Minimarket XYZ, tetapi tingkat kinerja yang dirasakan sangat baik. Atribut yang berada di kuadran ini perlu dipertahankan meskipun kurang dianggap penting bagi pelanggan. Adapun atribut yang ada di kuadran IV adalah karyawan mampu memenuhi kebutuhan spesifik konsumen (atribut 15), keamanan saat berbelanja (atribut 19), dan karyawan bersedia membantu mengantarkan barang belanjaan ke kendaraan konsumen (atribut 23).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengukuran menggunakan metode *Costumer Satisfaction Index* pada Minimarket XYZ, didapatkan nilai indeks sebesar 0,708 atau 70,8% dimana nilai indeks menunjukkan pelanggan puas atas pelayanan yang diterima.

Berdasarkan analisa *Importance Performance Analysis* diketahui bahwa atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan adalah atribut kondisi toko dalam keadaan bersih, penataan barangnya rapi dan harga barang yang tercantum di rak barang sesuai dengan harga di kasir. Untuk atribut yang perlu dipertahankan adalah atribut akses lokasi toko mudah dijangkau, terdapat area parkir yang cukup luas, produk yang dijual lengkap sesuai kebutuhan, harga bersaing untuk minimarket sekelas, karyawan cepat dan tepat dalam melayani konsumen, tempat parkir aman, produk terjamin kualitasnya (tidak rusak, kadaluarsa, terbuka kemasannya) dan karyawan sopan dan ramah terhadap konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Anindita, "Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Alfamart Tembalang Dari Dimensi Pelayanan (Studi Kasus Pada Alfamart Jl. Ngesrep Timur V / 69, Kota Semarang)," 2012.
- [2] P. Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia., 2012.
- [3] Perdana, "Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Suplemen Double X Pada PT. Amway Indonesia (Studi Kasus Adc Bogor).," 2011.
- [4] A. Hasan, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2013.
- [5] Suparto; Noviani, "Penentuan Variabel-Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Pemilihan Sebuah Mal Di Surabaya (Studi Kasus: Plaza Tunjungan, Delta Plaza, Galaxy Mal)," pp. 213–223, 2014.
- [6] A. Suhendra and D. W. I. Prasetyanto, "Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance Performance Analysis," *Jurnal Online Insitut Teknologi Nasional*, vol. 2, no. 2, pp. 1–12, 2016.
- [7] L. Aritonang, *Kepuasan Pelanggan. Pengukuran dan Penganalisisan Dengan SPSS*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.