

## Analisis IPA Dalam Mengukur Kepuasan Pelanggan PT. Medion Ardhika Bhakti Berdasarkan Dimensi *SERVQUAL*

Arafatur Rahmi<sup>1</sup>, Astri Wulandari<sup>2</sup>, Dandy Marcelino<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Prodi D3 Manajemen Pemasaran – Telkom University, arafaturrahmi27@gmail.com

<sup>2</sup> Fakultas Ilmu Terapan – Telkom University, astri.wulandari@tass.telkomuniversity.ac.id

<sup>3</sup> Prodi S2 Manajemen – Telkom University, dandy.marcel@gmail.com

### ABSTRACT

Currently business is being faced with the competition that exists among business actors is full of innovation and very rapidly. With commitment and experience in providing high quality products to provide customer satisfaction. PT Medion Ardhika Bhakti has also been known as a leading company that manufactures and markets pharmaceutical products, vitamins, vaccines. Based on the company's internal data, it is known that PT Medion Ardhika Bhakti Bandung suffered a decrease in the quality of service index at the last periodic of 3.05% in semester II-2019. The aims of this research is to take the policy to improve the quality of services provided by PT Medion Ardhika Bhakti, and to know the level of customer satisfaction. Data obtained through questionnaires disseminated to 100 customers of PT Medion Ardhika Bhakti. Data is analyzed using quantitative descriptive technique to know the gap level through Importance Performance Analysis. The results of this research show the customer satisfaction level of PT Medion Ardhika Bhakti measured through the GAP between performance and expectation of obtaining an average value of 3.69 performance, while average expectations amounted to 3.91. Based on results of the IPA analysis, it can be concluded if the customer has been satisfied but still there is a quality attribute of service that needs to be improved with the top priority is a visual facility such as customer service application to support the process of providing fast service, and quality after sales service so that the research is very helpful in making a policy in future.

**Keyword:** Customer Satisfaction, Service Quality, Importance Performance Analysis, IPA Analysis.

### ABSTRAK

Saat ini bisnis sedang dihadapkan pada kompetitifnya persaingan di tengah pelaku bisnis, di samping itu para pelaku usaha diharapkan mampu tetap bertahan di tengah perubahan yang penuh inovasi dan sangat pesat. Dengan komitmen serta pengalaman dalam menyediakan produk dengan kualitas tinggi guna memberikan kepuasan pelanggan. PT Medion Ardhika Bhakti juga telah dikenal sebagai perusahaan terkemuka yang memproduksi serta memasarkan produk farmasi, vitamin, vaksin. Berdasarkan data internal perusahaan, diketahui PT Medion Ardhika Bhakti Bandung mengalami penurunan indeks kualitas pelayanan pada periodik terakhir sebesar 3,05% di semester II-2019. Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengambil kebijakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan PT Medion Ardhika Bhakti, dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Data didapat melalui kuesioner yang disebarkan terhadap 100 orang pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti. Data dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif kuantitatif untuk mengetahui level kesenjangan (GAP) melalui bantuan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*). Hasil riset ini menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti yang diukur melalui GAP antara kinerja dan harapan memperoleh nilai rata-rata kinerja 3,69, sedangkan rata-rata harapan sebesar 3,91. Berdasarkan hasil analisis IPA tersebut, maka dapat disimpulkan jika pelanggan sudah merasa puas namun masih ada atribut kualitas layanan yang perlu ditingkatkan dengan prioritas utama adalah fasilitas visual seperti aplikasi *customer service* sebagai penunjang proses pemberian pelayanan dengan cepat, dan kualitas pelayanan purna jual sehingga penelitian ini sangat membantu dalam membuat kebijakan di masa mendatang.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, *Importance Performance Analysis*, Analisis IPA.

### PENDAHULUAN

Belakangan ini sangat banyak bisnis yang muncul dan bergerak di berbagai bidang, salah satunya di industri farmasi.

Maka dalam mengatasi kompetitifnya persaingan diperlukan strategi, persiapan yang matang dan juga cermat. Bisnis farmasi telah dihadapkan dengan kompetitor yang sangat tajam, di samping

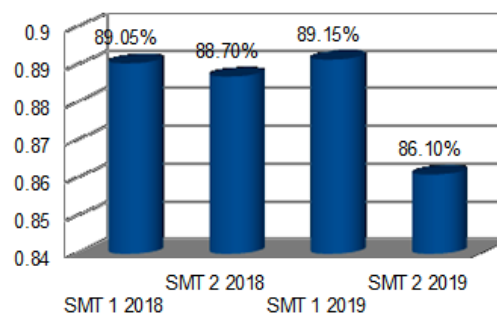
itu para pelaku usaha diharapkan mampu tetap bertahan di tengah perubahan yang penuh inovasi dan sangat pesat.

Dengan komitmen dan pengalaman dalam menyediakan produk yang memiliki kualitas tinggi dan untuk memberikan kepuasan kepada para pelanggannya. Perusahaan tersebut juga telah menerapkan *Good Manufacturing Practices (GMP)* pada proses produksinya. PT Medion Farma Jaya selalu memastikan kualitas dan keamanan produk, sehingga mampu memberi pelayanan prima. PT Medion mendapatkan penghargaan sebagai *The Second Best Stand Performance*.

Saat ini perusahaan memiliki 59 unit pemasaran di seluruh Indonesia untuk melayani kebutuhan dan kepuasan pelanggannya. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sejauh mana pembeli merasakan kinerja sebuah produk sesuai dengan kepentingannya (Kotler dan Armstrong, 2016). Menurut Irawan dalam Afif (2017), salah satu faktor pendorong utama kepuasan pelanggan adalah kualitas jasa. *Servqual* tersebut ditentukan oleh 3 hal di antaranya manusia, teknologi, serta sistem. Adapun yang berkontribusi paling besar terhadap kepuasan adalah faktor manusia, karena pada umumnya sulit untuk ditiru.

Saat ini perusahaan hanya menggunakan Indeks Kepuasan Pelanggan Personil (IKPP) untuk memantau kegiatan masing-masing unit bisnis yang ada, pengukuran ini dilakukan secara longitudinal artinya dilakukan secara periodik oleh setiap pelanggan PT Medion Farma Jaya terhadap produk dan jasa yang diberikan perusahaan. Tetapi penilaian tersebut belum mencakup keseluruhan dari pelayanan yang diberikan. Berdasarkan data internal, diketahui terjadi penurunan indeks kualitas pelayanan pada periodik terakhir, seperti pada grafik berikut.

Gambar 1. Grafik IKPP 2018-2019



sumber : data internal perusahaan

Gambar 1 di atas menunjukkan telah terjadi ketidakstabilan pada grafik IKPP di PT Medion Ardhika Bhakti. Jumlah kunjungan yang menurun drastis terjadi pada periodik semester 2 2019 sebesar 86.10% dari periodik sebelumnya yaitu 89.15% dari jumlah IKPP yang ada pada periodik sebelumnya.

Jika dilihat dari grafik IKPP yang terus mengalami fluktuasi (naik turunnya tingkat kepuasan pelanggan), menjadi alasan bagi penulis untuk menganalisis kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi *servqual* dari PT Medion Ardhika Bhakti dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Alasan penulis memilih objek PT Medion karena penulis ingin mengetahui apakah PT Medion sebagai perusahaan yang sudah dikenal baik domestik hingga ke mancanegara sudah menerapkan standar *servqual* yang baik atau malah sebaliknya.

Zeithaml dan Bitner dalam Irgandi, et al. (2015:11) menjelaskan *service quality* sebagai penyampaian yang unggul sesuai harapan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang terbaik atas keinginan dan kebutuhan. Menurut Parasuraman et al. dalam Sunyoto dan Susanti (2015:288), sebuah jasa dapat disebut berkualitas apabila tingkat kenyataan lebih tinggi daripada harapan atau ekspektasi.

Adapun teknik atau cara yang dapat digunakan dalam pengukuran kualitas pelayanan salah satunya menggunakan teknik *Importance Performance Analysis* (IPA). Kepuasan pelanggan akan diukur melalui perbandingan antara tingkat kinerja yang diberikan penyedia jasa dengan harapan dari pelanggan atas layanan yang akan diterima (Prananda, et al., 2019). Pelanggan dapat dikatakan puas apabila kinerja perusahaan lebih tinggi dari harapan si pelanggan tersebut, begitu sebaliknya (Purnama dan Sailah, 2017).

Dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) ini, perusahaan akan mengetahui sejauh apa pencapaiannya, serta hal-hal apa saja yang sebaiknya ditingkatkan serta dipertahankan. Analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) berfungsi untuk mengidentifikasi lebih mendalam terkait persepsi pelanggan terhadap seluruh dimensi dari *servqual*. *Performance* (kinerja) memperlihatkan secara nyata seberapa baik dimensi dari *servqual* saat dirasakan oleh pelanggan. Sedangkan *importance* atau harapan menunjukkan seberapa penting dimensi dari *servqual* menurut harapan para pelanggannya.

Berdasarkan penjabaran fenomena masalah yang telah diuraikan, maka dibuatlah riset dengan judul “Analisis IPA Dalam Mengukur Kepuasan Pelanggan PT. Medion Ardhika Bhakti Berdasarkan Dimensi SERVQUAL” untuk mengetahui sejauh mana *servqual* yang diberikan oleh perusahaan PT Medion Ardhika Bakhti dalam mengukur kepuasan pelanggan.

## **METODE PENELITIAN**

Desain dari riset ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan tujuan untuk menganalisis kepuasan pelanggan

berdasarkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Instrumen skala pengukuran di penelitian ini adalah *Likert Scale*, menurut Sugiyono (2018:93) skala ini dapat dipakai dalam mengukur pendapat, sikap, maupun persepsi pelanggan mengenai sebuah fenomena permasalahan. Fenomena dalam riset ini sudah ditetapkan peneliti secara spesifik, sehingga termasuk dalam skala ordinal dengan penggunaan empat poin penilaian, harapannya agar bisa menghasilkan sebuah pengukuran yang tepat dan akurat.

Teknik *sampling* yang dipakai dalam riset ini yakni *nonprobability sampling* dikarenakan sampel ditentukan secara tidak acak dan sampel bisa dipilih dari seluruh elemen populasi yang ada mungkin disebabkan oleh faktor kebetulan atau faktor lainnya. Pendekatan *sampling* yang dipakai berupa *purposive sampling* dikarenakan riset ini hanya menggunakan data yang diperoleh dari pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti sesuai dengan kriteria dan definisinya menurut Sugiyono (2018:84).

Selanjutnya cara penentuan jumlah sampel yang akan diteliti jika jumlah dari populasinya telah diketahui secara pasti yaitu dengan menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2014). Perhitungan sampel yang menggunakan metode slovin tersebut dengan jumlah populasi 3.898 pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti didapatkan hasil sebesar 97,50. Maka besaran sampel yang dapat digunakan untuk mewakili populasi serta untuk mempermudah peneliti dalam menyebarkan kuesioner adalah minimal sejumlah 98. Namun untuk mengantisipasi kuisisioner yang hilang atau tidak valid, maka penulis membuat kuisisioner sebanyak 100 kuisisioner

Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2014:284), mendefinisikan bahwa

kesenjangan atau GAP untuk dimensi *servqual* dalam menciptakan kepuasan pelanggan adalah Kinerja (*Performance*) dikurangi oleh Harapan (*Importance*). Kepentingan pelanggan yang tidak terpenuhi ditandai dengan adanya kesenjangan yang bernilai negatif. Jika tingkat kesenjangan semakin besar, maka jarak pemisah antara ekspektasi dengan sesuatu yang diperoleh oleh pelanggan tersebut tentu juga semakin jauh (Lina dan Wulandari, 2019). Untuk menganalisis dimensi *servqual* dalam menciptakan kepuasan pelanggan, peneliti memanfaatkan bantuan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) sebagai teknik analisis data (Wanda dan Lutfie, 2019).

## TEMUAN DAN PEMBAHASAN

### Temuan

Data primer dalam riset ini telah dikumpul melalui kuesioner secara *offline* yang telah disebar pada 100 responden pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti guna mengetahui tingkat kepuasan pelanggannya dan hal apa saja yang sebaiknya dipertahankan, kemudian melakukan perbaikan atas pelayanan yang diberikan, karena kualitas dari layanan tersebut merupakan dasar dari kepuasan seorang pelanggan (Pratiwi dan Wulandari, 2019).

Tabel 1. Uji validitas variabel *servqual*

Dimensi	No	r Hitung		r Tabel
		Kinerja	Harapan	
Service Quality	1	0,762	0,514	0,195
	2	0,751	0,564	0,195
	3	0,695	0,415	0,195
	4	0,744	0,670	0,195
	5	0,740	0,547	0,195
	6	0,800	0,686	0,195
	7	0,672	0,664	0,195

Dimensi	No	r Hitung		r Tabel
		Kinerja	Harapan	
	8	0,585	0,693	0,195
	9	0,730	0,696	0,195
	10	0,707	0,641	0,195
	11	0,815	0,776	0,195
	12	0,702	0,714	0,195
	13	0,736	0,727	0,195
	14	0,815	0,775	0,195

sumber : hasil pengolahan data

Data di tabel 1 memperlihatkan bahwa uji validitas dimensi *servqual* kepada 100 orang responden sudah valid menggunakan uji dua arah dengan tingkat signifikansi 0,05. Seluruh item pertanyaan baik kinerja maupun harapan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari 0,195, sehingga seluruh pernyataan yang ada di dalam kuesioner yang diedarkan pada responden yakni pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung sudah dimengerti atau dapat diterima responden.

Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan jika butir pernyataan tergolong dalam kriteria valid. Adapun prasyarat sebuah penelitian dapat disebut reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*-nya  $\geq 0,60$  (Sugiyono 2014:87).

Tabel 2. Uji reliabilitas variabel *servqual*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Kinerja	0,930	14
Harapan	0,887	14

sumber : hasil pengolahan data

Dari hasil uji reliabilitas kuesioner yang terlihat pada tabel di atas, koefisien *Cronbach's Alpha servqual* Kinerja dan Harapan lebih besar dari 0,60 yaitu sebesar 0,930 dan 0,887. Maka ditarik kesimpulan bahwa seluruh instrumen penelitian ini dapat dipercaya atau diandalkan, serta

diharapkan dari waktu ke waktu mampu memberi pengukuran yang konsisten.

Analisis kesenjangan (*gap*) dilakukan untuk menjawab rumusan masalah “Bagaimana tingkatan kepuasan konsumen atas *servqual* pada PT Medion Ardhika Bhakti Bandung?” Kualitas layanan aktual ditunjukkan berdasarkan hasil penilaian responden atas atribut kinerja pada seluruh dimensi *servqual* sebagai pembentuk kepuasan pelanggan. Sementara itu kualitas layanan ideal ditunjukkan berdasarkan hasil penilaian responden terhadap tingkat harapan dari seluruh dimensi *servqual*. Dalam penentuan nilai GAP (kesenjangan), dapat diperoleh berdasarkan selisih antara nilai kinerja dan harapan dari kualitas layanan. Tingkat kepuasan yang baik dapat ditandai dengan hasil positif ( $Q_i \geq 0$ ), hal ini menunjukkan nilai kinerja dari kepuasan layanan telah memenuhi nilai ideal dari kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan. Sebaliknya jika hasilnya bernilai negatif ( $Q_i < 0$ ), sehingga kepuasan pelanggan masih dalam tingkatan yang buruk dan belum mampu memenuhi kualitas layanan yang ideal atau harapan dari pelanggan (Darwas, et al., 2020).

Tabel 3. Hasil perhitungan kesenjangan (GAP)

Dimensi	No	$\bar{X}_p$	$\bar{X}_I$	GAP
Service Quality	1	3,57	3,87	-0,30
	2	3,56	3,92	-0,36
	3	3,72	3,94	-0,22
	4	3,47	3,88	-0,41
	5	3,61	3,97	-0,36
	6	3,72	3,93	-0,21
	7	3,85	3,97	-0,12
	8	3,69	3,87	-0,18
	9	3,87	3,96	-0,09
	10	3,85	3,95	-0,10
	11	3,68	3,93	-0,25

Dimensi	No	$\bar{X}_p$	$\bar{X}_I$	GAP
	12	3,61	3,85	-0,24
	13	3,75	3,91	-0,16
	14	3,75	3,87	-0,12
<b>Rata-Rata</b>		<b>3.69</b>	<b>3.91</b>	<b>-0.22</b>

sumber : hasil pengolahan data

Dari tabel 3 di atas, dapat dilihat bahwa semua pernyataan bernilai negatif, hal tersebut mengindikasikan bahwa seluruh item pernyataan masih memiliki *gap* atau kesenjangan. Artinya saat ini kepuasan pada seluruh indikator *servqual* masih berada di bawah harapan pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung.

### Pembahasan

Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) biasanya digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan mengidentifikasi tingkat harapan dan kinerja yang dirasakan (Hanifa dan Wulandari, 2018). Sehingga dapat membantu perusahaan dalam memenuhi kepuasannya dengan merumuskan saran perbaikan yang harus diberikan dan menentukan strategi apa yang sebaiknya dipertahankan (Lupiyoadi, 2015:240).

Tabel 4 berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data penelitian, berupa skor rata-rata tiap indikator kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT Medion Ardhika Bhakti Bandung. Skor harapan menunjukkan skor rata-rata setiap pernyataan kepuasan pelanggan yang diharapkan oleh pelanggan perusahaan dan skor kinerja menunjukkan skor rata-rata setiap kepuasan pelanggan yang diterima pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti.

Tabel 4. Skor rata-rata kinerja dan harapan kepuasan konsumen

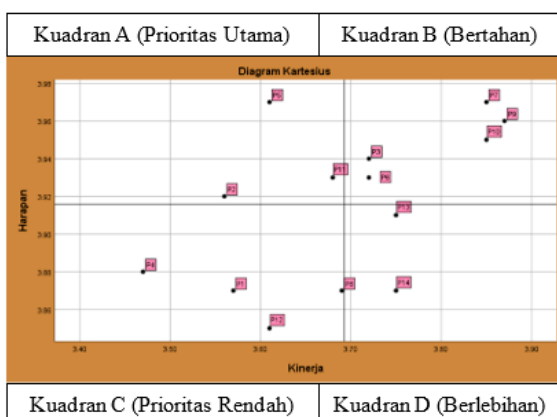
Dimensi	No	$\bar{X}_p$	$\bar{X}_I$	Kuadran
---------	----	-------------	-------------	---------

Dimensi	No	$\bar{X}_P$	$\bar{X}_I$	Kuadran
Service Quality	1	3,57	3,87	C
	2	3,56	3,92	A
	3	3,72	3,94	B
	4	3,47	3,88	C
	5	3,61	3,97	A
	6	3,72	3,93	B
	7	3,85	3,97	B
	8	3,69	3,87	C
	9	3,87	3,96	B
	10	3,85	3,95	B
	11	3,68	3,93	A
	12	3,61	3,85	C
	13	3,75	3,91	D
	14	3,75	3,87	D

sumber : hasil pengolahan data

Kemudian data pada tabel 4 diolah dengan bantuan aplikasi IBM SPSS 25 yang menghasilkan diagram kartesius IPA. Diagram kartesius ini membagi setiap atribut kualitas pelayanan (*servqual*) menjadi 4 jenis kuadran (kuadran A, B, C, dan D) dengan pembuatan garis batas untuk rata-rata nilai kinerja (*performance*) merupakan sumbu X dan nilai harapan (*importance*) merupakan sumbu Y.

Gambar 2. Diagram kartesius kinerja dan harapan (analisis IPA)



sumber : hasil pengolahan data

Berdasarkan gambar diagram kartesius di atas bisa dilihat letak unsur-unsur atribut

dari dimensi *servqual* yang membentuk kepuasan pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung. Berikut diberikan penjelasan dari diagram tersebut.

#### 1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Atribut-atribut pada kuadran A ini dinilai sangat penting oleh pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung, tetapi dalam penerapannya belum dapat memberikan kepuasan. Sehingga perlu menjadi prioritas penanganan atau harus dibenahi lebih lanjut. Adapun atribut-atribut yang tergolong dalam kuadran A:

- Item 2 : Personil Medion dapat diandalkan dalam menangani masalah/kebutuhan pelanggan;
- Item 5 : Personil memberikan respon yang cepat terhadap permintaan/pertanyaan dan keluhan pelanggan;
- Item 11 : Karyawan PT Medion dapat memahami kebutuhan dan masalah pelanggan;

#### 2. Kuadran B (Bertahan)

Pada kuadran B, atribut atau indikator dinilai telah berhasil diterapkan dengan baik, sehingga perlu dipertahankan. Adapun atribut-atribut yang tergolong dalam kuadran B diantaranya:

- Item 3 : Distribusi barang ke pelanggan tepat jumlah dan kondisi yang baik;
  - Item 6 : Karyawan PT Medion mampu menumbuhkan rasa percaya para pelanggan;
  - Item 7 : Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi;
  - Item 9 : Karyawan PT Medion dapat menjalin hubungan baik dengan pelanggan;
  - Item 10 : Karyawan PT Medion secara konsisten bersikap ramah dan sopan setiap kunjungan;
- #### 3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Atribut-atribut yang terdapat pada kuadran C kurang diprioritaskan perusahaan, karena dianggap tidak terlalu penting pengaruhnya oleh pelanggan. Adapun atribut-atribut yang tergolong dalam kuadran C yakni:

- a. Item 1 : Medion memberikan pelayanan teknis secara baik sesuai waktu yang dijanjikan;
- b. Item 4 : Personil selalu mengupdate perubahan informasi internal dan eksternal;
- c. Item 8 : Medion Menyediakan layanan purna jual pembelian produk (return, service);
- d. Item 12 : Peralatan yang digunakan oleh PT Medion memiliki teknologi Modern;

#### 4. Kuadran D (Berlebihan)

Adapun atribut-atribut yang tergolong pada kuadran D merupakan hal yang dianggap pelanggan kurang penting, namun penerapannya oleh perusahaan terlalu berlebihan. Dalam riset ini ada 3 item pernyataan yang tergolong pada kuadran D:

- a. Item 13 : Kondisi lingkungan kantor (WSR) yang memadai (kantor gedung, fasilitas penyimpanan produk);
- b. Item 14 : Karyawan PT Medion yang berpenampilan rapi dan profesional;

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Annisa dan Saputri (2020) menyebutkan bahwa konsumen belum merasa puas. Hal ini disebabkan karena dari perbandingan level kepuasan yang diteliti, diperoleh rata-rata kinerja 3,74 sedangkan rata-rata harapannya lebih tinggi yakni 4,32. Sementara hasil penelitian dari Pratiwi dan Wulandari (2019), mengindikasikan penghuni asrama Telkom University sudah merasa puas atas

layanan yang diberi pengelola asrama. Dimana rata-rata tingkat kinerjanya sebesar 3,76, sedangkan rata-rata harapannya sedikit lebih kecil yakni 3,74.

## KESIMPULAN

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode IPA (*Important Performance Analysis*) dalam menganalisis kepuasan pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung melalui dimensi *servqual* diperoleh kesimpulan berikut yang sekiranya dapat menjawab berbagai rumusan masalah pada riset ini. Tingkat kualitas layanan yang dirasakan oleh pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung, yang diukur dalam harapan dan kinerja. Adapun rata-rata dari harapan pelanggan bernilai 3,91 sementara kinerja yang dirasakan pelanggan bernilai rata-rata 3,69. Sehingga dapat disimpulkan jika pelanggan merasa masih belum puas karena nilai rata-rata kinerjanya lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata harapannya. Puas atau tidaknya sebuah hasil penelitian dengan metode IPA tidak bisa selalu sejalan dengan hasil penelitian terdahulu, karena analisis ini bersifat deskriptif dimana hanya mendeskripsikan bagaimana tingkat kepuasan seorang konsumen atas layanan sebuah perusahaan.

Dari hasil analisis IPA (*Important Performance Analysis*) yang tergambar pada diagram kartesius, di kuadran A terdapat tiga atribut prioritas utama, sementara itu di kuadran C ada empat atribut dengan prioritas rendah dan pada kuadran D ada tiga atribut berlebihan yang harus direvisi, tujuannya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan PT Medion Ardhika Bhakti Bandung.

## SARAN

Pada tingkat kesenjangan (GAP) antara kinerja dan harapan *servqual* PT Medion Ardhika Bhakti Bandung, seluruh skor pernyataannya memiliki nilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan masih merasa belum cukup puas atas kinerja *servqual* PT Medion Ardhika Bhakti Bandung dalam melayani konsumen, sehingga perusahaan harus memperbaiki seluruh atribut dari tiap dimensi tersebut.

Atribut yang ada di kuadran A harus diperbaiki dengan memberikan standar layanan yang lebih baik, seperti personil medion harus lebih bisa diandalkan, cepat, dan tanggap dalam menangani setiap masalah dan kebutuhan pelanggan. Kemudian atribut di Kuadran C harus ditingkatkan lagi dengan strategi baru, seperti harus lebih sering memperbaharui informasi seperti *update* di akun sosial media PT Medion. Di samping itu juga harus meningkatkan layanan purna jual pembelian produk yang telah ada sebelumnya seperti sistem *retur* barang yang lebih cepat. Adapun atribut di kuadran D menunjukkan beberapa faktor yang tidak diharapkan atau dirasa kurang penting, sehingga sebaiknya manajemen PT Medion dapat mengalokasikan sumber daya yang ada kepada faktor lainnya yang lebih *urgent* dan lebih diprioritaskan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, A. F. (2017). Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality (Servqual) (Studi Kasus Pada “Ukm Empal Gentong Amarta” Cirebon – Jawa Barat). *Jurnal Industrial Engineering UII*, 87.
- Annisa, A. C., & Saputri, M. E. (2020). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (studi Pada Perusahaan J&t Express Di Bandung). *eProceedings of Management*, 7(1).
- Darwas, R., Syukhri, Wulandari, A., & Afthanorhan, A. (2020). Level of Student Satisfaction with Laboratory Facilities Using the Importance Performance Analysis (IPA) Method. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(3):195-201
- Hanifa, F. H., & Wulandari, A. (2018). E-Service Quality Pada Love Your Body Club (LYBC) Mobile Application. *JTIM-Jurnal Teknologi Informasi & Manajemen*, 1(01), 13-20.
- Irgandi, D. H., Sastika, W., & Nellyaningsih, N. (2019). Service Quality Dengan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Cv Indolecture Pramadana Kreasi Kota Bandung Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition: Global Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Lina, N. R., & Wulandari, A. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis (Ipa)(Studi Kasus Pada Pt Frigia Air Conditioning Kota Bandung Tahun 2019). *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Lupiyoadi, R. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prananda, Y., Lucitasari, D. R., & Khannan, M. S. A. (2019). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. *Opsi*, 12(1), 1-11.
- Pratiwi, H., & Wulandari, A. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Ipa Pada Asrama Putra Telkom Tahun Ajaran 2018/2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Purnama, A., & Sailah, I. (2017). Peningkatan Tingkat Kepuasan Dosen Terhadap Kualitas Pelayanan Pelatihan Jurnal Berkualitas Melalui Metode Servqual. *Jurnal Manajemen*, 21(3), 418-433.
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-Tujuh Belas. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa Merencanakan, Mengelola, dan Membidik Pasar Jasa*. Yogyakarta (Indonesia): CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Wanda, L., & Lutfie, H. (2018). Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Dimensi Servicescape Dengan Menggunakan Metode Ipa (studi Kasus Pada Restoran Cepat Saji Kfc Cabang Buah Batu Bandung Tahun 2018). *eProceedings of Applied Science*, 4(3).