

**ANALISA KEPUASAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA
PENYEWAAN GUDANG MENGGUNAKAN METODE *SERVICE
QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*
(STUDI KASUS: PT. XYZ)**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Laporan Ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Teknik (S1) Pada Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Sultan Agung



DISUSUN OLEH :

DHAFIN AKBAR

NIM 31602000024

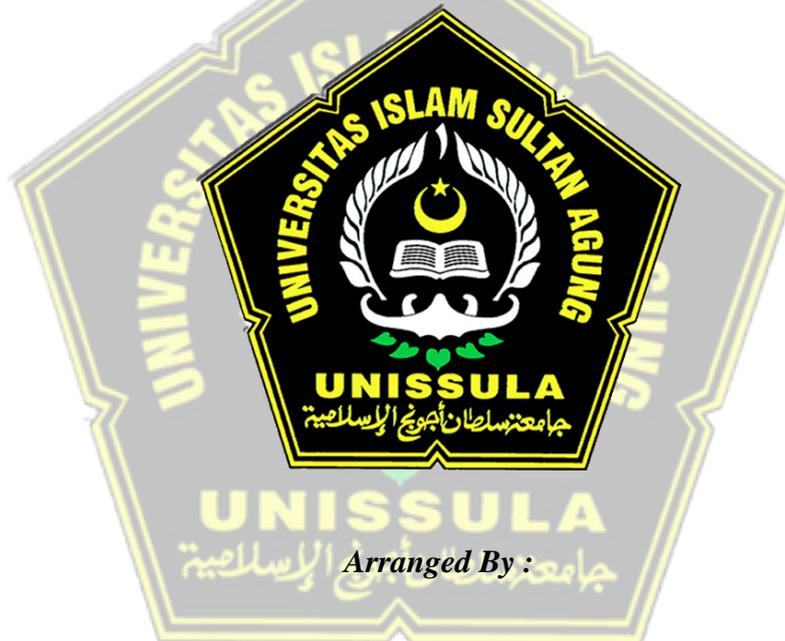
**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2025

FINAL PROJECT

**ANALYSIS OF SATISFACTION WITH THE QUALITY OF WAREHOUSING
SERVICE USING SERVICE QUALITY AND IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS METHODS
(Case Study: PT. XYZ)**

*Proposed to complete the requirement to obtain a bachelor's degree (SI) at
Departement of Industrial Engineering, Faculty of Industrial Technology
Universitas Islam Sultan Agung*



DHAFIN AKBAR

NIM 31602000024

**DEPARTEMENT OF INDUSTRIAL ENGINEERING
FACULTY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2025

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Laporan Tugas Akhir dengan judul “ANALISA KEPUASAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA PENYEWAAN GUDANG MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (STUDI KASUS: PT. XYZ)” ini disusun oleh :

Nama : Dhafin Akbar

NIM : 31602000024

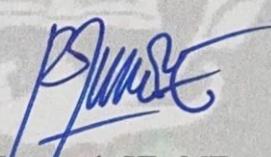
Program Studi : Teknik Industri

Telah disahkan oleh dosen pembimbing pada :

Hari :

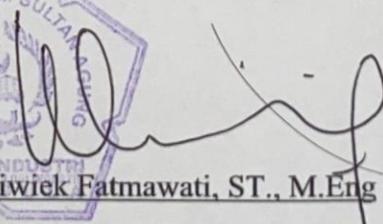
Tanggal :

Pembimbing


Rieska Ernawati, ST., MT

NIK. 210221096

Ketua Program Studi Teknik Industri


Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng

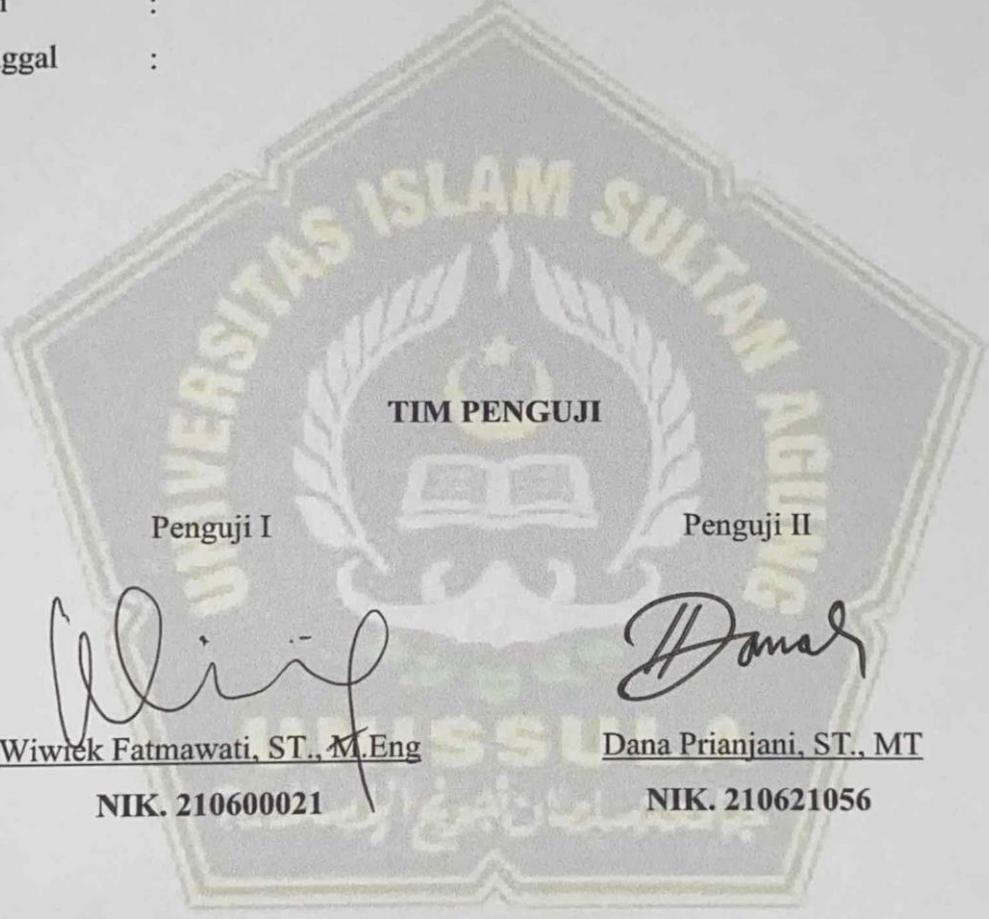
NIK. 210600021

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Laporan Tugas Akhir dengan judul “ANALISA KEPUASAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA PENYEWAAN GUDANG MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (STUDI KASUS: PT. XYZ)” ini telah dipertahankan oleh dosen penguji Tugas Akhir pada :

Hari :

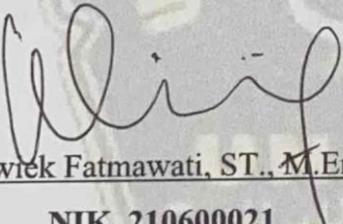
Tanggal :



TIM PENGUJI

Penguji I

Penguji II


Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng

NIK. 210600021


Dana Prianjani, ST., MT

NIK. 210621056

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dhafin Akbar

NIM : 31602000024

Judul Tugas Akhir : ANALISA KEPUASAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA PENYEWAAN GUDANG MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (STUDI KASUS: PT. XYZ)

Dengan ini menyatakan judul dan isi Tugas Akhir yang saya buat dalam rangka menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Teknik Industri tersebut adalah asli dan belum pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan oleh siapapun baik keseluruhan maupun sebagian, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka, dan apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa judul Tugas Akhir saya tersebut pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan penuh tanggung jawab.

Semarang, Februari 2025

Yang menyatakan



Dhafin Akbar

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dhafin Akbar

NIM : 31602000024

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknologi Industri

Dengan ini menyatakan Karya Ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul :

“ANALISA KEPUASAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA PENYEWAAN GUDANG MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (STUDI KASUS: PT. XYZ)”

Menyetujui untuk menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan hak beban *royalty non-eksklusif* untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola serta dipublikasikan di internet maupun media lainnya untuk kepentingan akademis dengan mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila kemudian hari terbukti pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka bentuntut tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung jawab secara pribadi tanpa melibatkan Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, Februari 2025

Yang menvatakan



Dhafin Akbar

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alaamiin

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah, kesehatan, kekuatan dan kesabaran, sehingga saya dapat mengerjakan tugas akhir ini sampai selesai dengan lancar dan dengan sebaik-baiknya. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Agung Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'at beliau kelak di Yaumul Qiyamah aamiin.

Saya sangat bersyukur karena telah sampai di titik ini dalam pengerjaan laporan tugas akhir saya yang berjudul “ANALISA KEPUASAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA PENYEWAAN GUDANG MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (STUDI KASUS: PT. XYZ)”. Saya persembahkan laporan ini kepada kedua orang tua saya yang tidak henti-hentinya memberikan semangat disertai dengan doa-nya kepada saya untuk meraih mimpi saya.

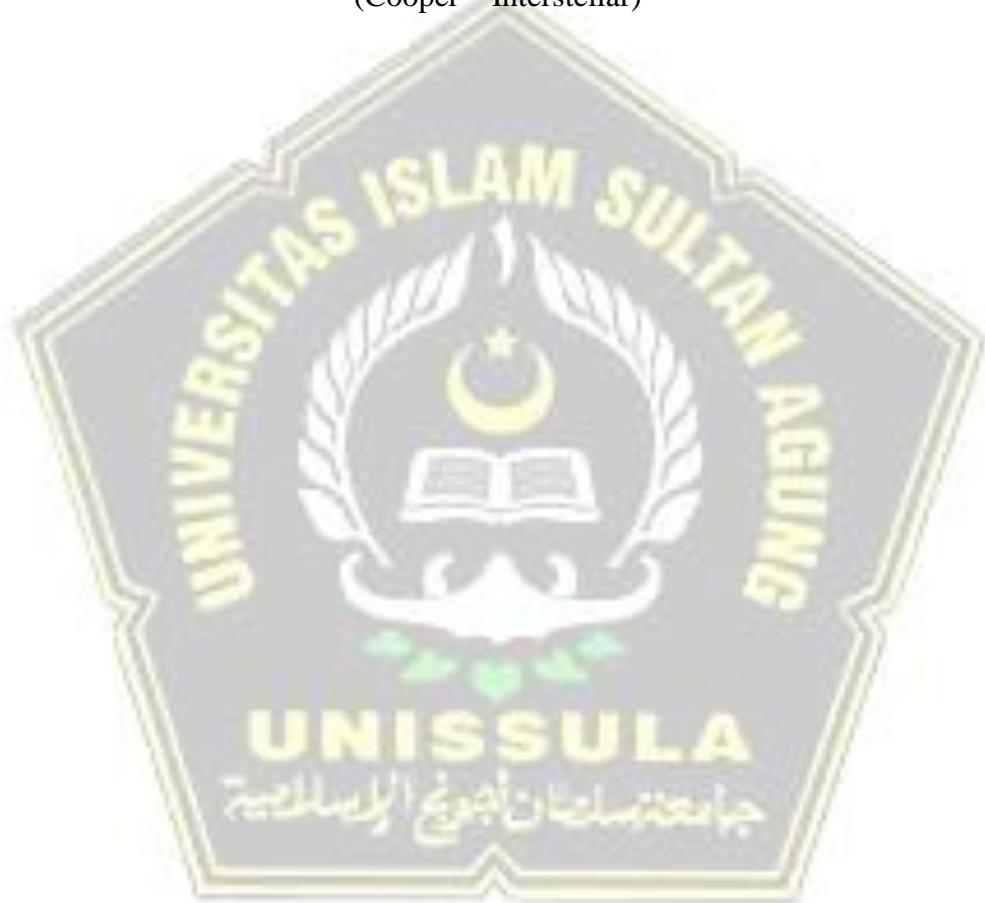
Tidak lupa pula dukungan dari teman-teman saya yang selalu memberikan motivasi, menemani, membantu dan juga memberikan dorongan semangat kepada saya. Saya ucapkan terimakasih juga kepada dosen pembimbing, dosen penguji serta semua dosen FTI UNISSULA yang sudah memberikan ilmunya kepada saya sebagai bekal hidup saya dikemudian hari.

HALAMAN MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” (Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Murphy’s Law doesn’t mean that something bad will happen. It means that whatever ‘can’ happen, will happen. And that’s sounded just fine to us”

(Cooper – Interstellar)



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, karunia, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir saya yang berjudul “ANALISA KEPUASAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA PENYEWAAN GUDANG MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (STUDI KASUS: PT. XYZ)”. Tak lupa pula sholawat serta salah senantiasa tercurahkan pada junjungan kita beliau Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'atnya kelak di yaumi Qiyamah, Amiin.

Dalam penyusunan laporan tugas Akhir ini, saya banyak dibantu, dibimbing, dimotivasi, diberi saran dan masukan serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena ini dengan segenap hati saya ingin mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga memudahkan saya dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
2. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan kepada saya dan juga selalu mendoakan saya. Disetiap shalatnya. Semoga ayah dan ibu selalu diberikan kesehatan, keberkahan dan kebaikan, Amin.
3. Ibu Rieska Ernawati, ST., MT selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan masukan, saran serta motivasi dari awal sampai selesai pengerjaan Laporan Tugas Akhir ini. Mohon maaf atas segala kesalahan dan keterbatasan yang saya miliki.
4. Ibu Wiwiek Fatmawati, ST., M.eng, selaku dosen penguji I yang bersedia memberikan masukan berupa saran dan kritik untuk memperbaiki penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Dana Prianjani, ST., MT, selaku dosen penguji II yang bersedia memberikan masukan berupa saran dan kritik untuk memperbaiki penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.

6. Bapak Ibu Dosen Teknik Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membimbing dan mengajar saya selama di bangku perkuliahan.
7. Seluruh teman teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, baik teman angkatan, teman organisasi, dan teman teman lainnya.
8. Semua pihak yang ikut dalam membantu saya menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam laporan tugas akhir ini, oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca masih sangat diharapkan. Penulis berharap semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat dikembangkan kembali dan bermanfaat bagi banyak orang, Aamiin.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, Februari 2025

Penulis

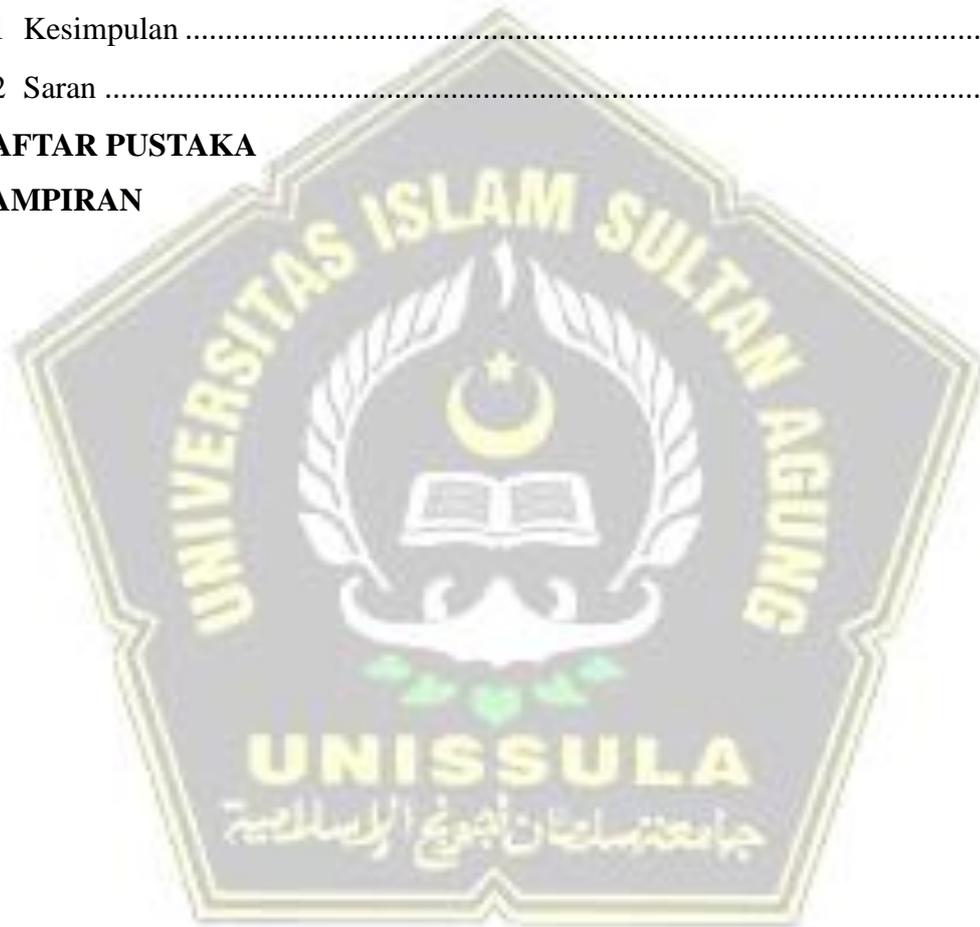


DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 Landasan Teori	19
2.2.1 Pengertian Pelanggan.....	19
2.2.2 Kepuasan pelanggan	20
2.2.3 Kualitas Pelayanan.....	23
2.2.4 Jasa.....	24
2.2.5 Kualitas Jasa.....	25
2.2.6 Kuisoner.....	27

2.2.7 Uji Validitas	29
2.2.8 Uji Reliabilitas	30
2.2.9 <i>Service Quality</i> (SERVQUAL)	32
2.2.10 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	36
2.3 Hipotesa Dan Kerangka Teoritis	39
2.3.1 Hipotesa	39
2.3.2 Kerangka Teoritis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Pengumpulan Data	41
3.2 Teknik Pengumpulan Data	41
3.3 Pengolahan Data	42
3.4 Pengujian Hipotesa Awal	43
3.5 Pembahasan Dan Analisa Awal	44
3.6 Kesimpulan Awal	44
3.7 Diagram Alir	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Pengumpulan Data	47
4.1.1 Profil PT. XYZ.....	47
4.1.2 Penentuan Ukuran sampel.....	48
4.1.3 Gambaran Responden.....	48
4.2 Atribut Kuesioner.....	50
4.2.1 Penyusunan Kuesioner Pelayanan	50
4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.4 <i>Service Quality</i>	59
4.5 <i>Importance Performance Analysis</i>	65
4.6 Analisa dan Interpretasi	70
4.6.1 Uji Statistika.....	70

4.6.1.1 Uji Validitas	71
4.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	71
4.6.2 Analisa Metode <i>Service Quality</i>	71
4.6.3 Analisa Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	74
4.7 Rekomendasi Usulan Perbaikan	83
4.8 Pembuktian Hipotesis	89
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

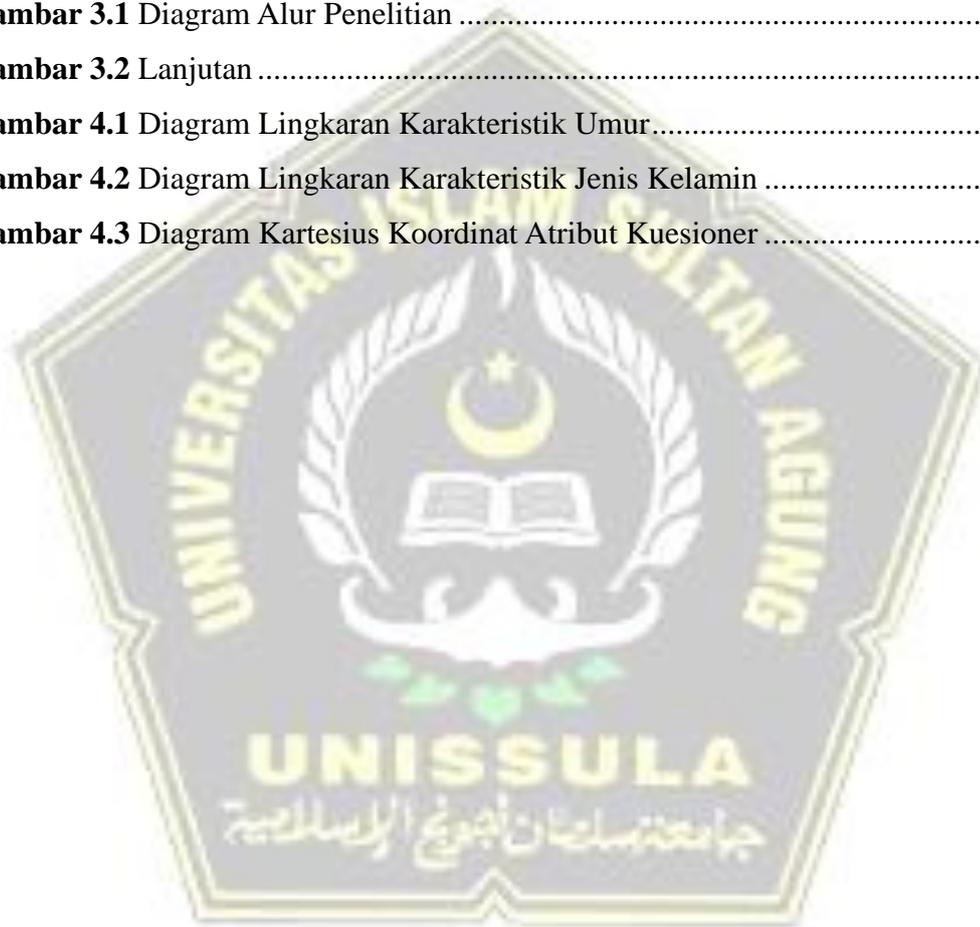


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penyewaan Gudang PT. XYZ	2
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
Tabel 2.2 Kelebihan dan Kekurangan Metode Penelitian Yang Digunakan.....	18
Tabel 2.3 Persamaan Matematis Operasionalisasi Kualitas Jasa.....	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Kuesioner Berdasarkan Umur	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3 Atribut Kualitas Pelayanan	50
Tabel 4.4 Uji Validitas Kuesioner Tingkat Kepentingan	53
Tabel 4.5 Uji Validitas Kuesioner Tingkat Harapan	54
Tabel 4.6 Uji Validitas Kuesioner Tingkat Kinerja.....	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	59
Tabel 4.8 Data Rekapitulasi Responden Kuesioner Tingkat Kinerja	60
Tabel 4.9 Data Rekapitulasi Responden Kuesioner Tingkat Harapan.....	61
Tabel 4.10 Perhitungan <i>Gap Servqual</i>	62
Tabel 4.11 Rata Rata <i>Gap</i> Masing Masing Dimensi <i>Servqual</i>	64
Tabel 4.12 Rekapitulasi Nilai Rata Rata Atribut Kuesioner	66
Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Koordinat Diagram Kartesius Atribut Kuesioner .	67
Tabel 4.14 Rekomendasi Usulan Perbaikan	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Tingkat Kepuasan Pelanggan Pergudangan PT. XYZ.....	4
Gambar 2.1 Faktor Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	22
Gambar 2.2 Model Konseptual <i>Gap SERVQUAL</i>	33
Gambar 2.3 Diagram Kartesius	38
Gambar 2.4 Kerangka Teoritis.....	40
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian	45
Gambar 3.2 Lanjutan	46
Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Karakteristik Umur.....	49
Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Karakteristik Jenis Kelamin	50
Gambar 4.3 Diagram Kartesius Koordinat Atribut Kuesioner	67



ABSTRAK

PT. XYZ adalah salah satu perusahaan yang terletak di daerah Banten yang bergerak dibidang jasa penyewaan gudang. Dengan meningkatnya permintaan untuk layanan logistik yang andal dan efisien, PT. XYZ harus memastikan bahwa kualitas pelayanannya sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dari hal tersebut, PT. XYZ cukup sering melakukan survei kepuasan pelanggan, namun hasil dari survei tersebut terdapat beberapa atribut yang nilai rata - rata nya masih dibawah target yang telah ditetapkan oleh perusahaan, sehingga dari hal tersebut diperlukan adanya tindakan lebih lanjut berupa tindakan perbaikan yang harus dilakukan oleh perusahaan. Maka dari itu, tujuan pada penelitian ini yaitu berfokus pada mengetahui nilai kepuasan pelanggan pada PT. XYZ dengan menggunakan metode *Service Quality* untuk mencari nilai rata-rata *gap* dari masing-masing atribut di tiap dimensi dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengelompokkan aspek atau atribut apa saja yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki oleh perusahaan, sehingga nantinya bisa diketahui analisis masalah serta usulan perbaikan untuk masalah yang terjadi. Hasil pada penelitian kali ini yaitu saat menggunakan metode *Service Quality* didapatkan nilai *Servqual* pada masing masing dimensi yaitu pada dimensi *Tangibles* memiliki nilai *gap* rata rata sebesar -0,063, dimensi *Reliability* memiliki nilai *gap* rata rata sebesar -0,04, dimensi *Responsiveness* memiliki nilai *gap* rata rata sebesar -0,145, dimensi *Assurance* memiliki nilai *gap* rata rata sebesar -0,248 dan dimensi *Emphaty* memiliki nilai *gap* rata rata sebesar -0,208. Berdasarkan nilai kelima dimensi tersebut diketahui bahwa semua *gap* nya bernilai negatif yang menandakan perlunya tindakan perbaikan. Selanjutnya menggunakan metode IPA sehingga didapatkan hasil lokasi atribut yang tersebar pada masing masing kuadran yaitu pada kuadran I (prioritas utama) terdapat 6 atribut, kuadran II (pertahankan prestasi) terdapat 7 atribut, kuadran III (prioritas rendah) terdapat 8 atribut dan kuadran IV (berlebihan) terdapat 4 atribut. Rekomendasi perbaikan didapatkan dari hasil nilai atribut yang terdapat di kuadran I yang memiliki arti bahwa tingkat kepentingannya tinggi namun tingkat kinerjanya masih rendah yaitu pada atribut Ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk (P1), Suplai listrik untuk area gudang (P9), Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (P10), Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat (P12), Karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan (P21) dan Kesungguhan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan (P22) serta atribut yang berada pada kuadran III yaitu pada atribut Kebersihan area gudang dan lingkungan area gudang (P2), Pencahayaan didalam gudang (P3), Fasilitas alat pemadam kebakaran (hidran dan alat pemadam api ringan) didalam gudang (P4), Ketanggapan karyawan dalam menghadapi komplain pelanggan / penyewa (P15), Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai oleh penyewa (P18), Keamanan area gudang (P19), Karyawan memahami kebutuhan pelanggan (P23) dan Karyawan komunikatif dengan pelanggan (dapat berkomunikasi dengan sopan dan baik) (P24).

Kata Kunci: *Importance Performance Analysis*, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, *Service Quality*

ABSTRACT

PT XYZ is one of the companies are located in the Banten area that is engaged in warehouse rental services. With the increasing demand for reliable and efficient logistics services, PT. XYZ must ensure that its service quality matches customer expectations. From this, PT XYZ quite often conducts customer satisfaction surveys, but the results of these surveys are several attributes whose average value is still below the target set by the company, so that further action is needed in the form of corrective actions that must be taken by the company. Therefore, the purpose of this study is to focus on knowing the value of customer satisfaction at PT XYZ by using the Service Quality method to find the average gap value of each attribute in each dimension and the Importance Performance Analysis (IPA) method to group what aspects or attributes need to be prioritized for improvement by the company, so that later the problem analysis and improvement proposals for the problems that occur can be known. The results in this study, namely when using the Service Quality method, the Servqual value in each dimension is obtained, namely the Tangibles dimension has an average gap value of -0.063, the Reliability dimension has an average gap value of -0.04, the Responsiveness dimension has an average gap value of -0.145, the Assurance dimension has an average gap value of -0.248 and the Emphaty dimension has an average gap value of -0.208. Based on the value of the five dimensions, it is known that all the gaps are negative, which indicates need for corrective action and need some improvement. Furthermore, the next is using IPA method so that the results obtained the location of attributes scattered in each quadrant, namely in first quadrant (top priority) there are 6 attributes, second quadrant (maintain achievement) there are 7 attributes, third quadrant (low priority) there are 8 attributes and fourth quadrant (excessive) there are 4 attributes. Recommendations for improvement are obtained from the results of the value of the attributes contained in first quadrant which means that the level of importance is high but the level of performance is still low, namely at the attribute Availability of a large and safe parking lot for vehicles to get in and out (P1), Electricity supply for the warehouse area (P9), The company provides services as promised (P10), Employees are able to serve customers quickly (P12), Employees are friendly and polite in serving customers (P21) and Seriousness of employees in responding to customer complaints (P22) and also attributes that are in third quadrant, namely attributes Cleanliness of the warehouse area and warehouse area environment (P2), Lighting in the warehouse (P3), Fire extinguisher facilities (hydrants and light free extinguisher) in the warehouse (P4), Employee responsiveness in dealing with customer / tenant complaints (P15), Conformity of the warehouse ordered with that used by the tenant (P18), Security of the warehouse area (P19), Employees understand customer needs (P23) and Employee are communicative with customers (can communinacte politely and well) (P24).

Keywords : *Customer Satisfaction, Importance performance Analysis, Service Quality*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ini, banyak tekanan besar yang didapatkan perusahaan - perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa, baik dalam pelayanan dan beberapa aspek penting lainnya. Tekanan besar tersebut dapat menyebabkan perusahaan terjebak didalam kondisi yang kurang menguntungkan sehingga perusahaan harus meminimalkan ketidakefektifan serta mengurangi jumlah kesalahan yang dilakukan perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan para konsumennya. Hal ini disebabkan karena konsumen merupakan elemen kunci yang menggerakkan perekonomian perusahaan, baik yang bergerak di bidang industri barang maupun jasa.

Industri jasa merupakan bidang industri yang menawarkan tindakan ataupun kegiatan kepada pihak lain, dimana hal tersebut tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Tjiptono and Chandra, 2011). Industri ini memiliki fokus pada kualitas layanan jasa yang berkaitan dengan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen serta kualitas layanan yang diberikan perusahaan memberikan dampak signifikan kepada perusahaan. Kepuasan menjadi ukuran sampai sejauh mana produk atau jasa sudah sesuai dengan kebutuhan, keinginan, maupun harapan para pelanggan (Wijaya, 2018). Sehingga, dapat dikatakan kualitas layanan merupakan kunci penting dalam persaingan industri jasa. Kualitas layanan merupakan suatu tingkatan atas perbedaan antara perspektif konsumen yang bersifat pribadi dalam menerima layanan yang diberikan perusahaan dan harapan yang dimiliki oleh pelanggan (Imanuel and Tanoto, 2019).

Salah satu bentuk industri jasa tersebut yaitu penyewaan jasa gudang. Gudang merupakan salah satu bagian logistik dalam perusahaan yang memiliki fungsi untuk menyimpan persediaan serta menyediakan berbagai

informasi terkait persediaan yang dapat diakses oleh pihak-pihak terkait yang memiliki kepentingan terhadap informasi tersebut (Zaroni, 2017).

PT. XYZ sendiri merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa penyewaan gudang. Sebagai penyedia jasa penyewaan gudang, PT. XYZ memiliki peran strategis dalam mendukung operasional berbagai sektor industri, termasuk manufaktur, *e-commerce*, dan ritel. Dengan meningkatnya permintaan untuk layanan logistik yang andal dan efisien, PT. XYZ harus memastikan bahwa kualitas pelayanannya sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Tabel 1.1 Data Penyewaan Gudang PT. XYZ

Pergudangan	Luas Gudang (p x l x t)	Keterangan	Perusahaan	Durasi penyewaan	Ket. Bulan Penyewaan
Gudang 1	100 m x 24 m x 12 m	Disewakan	Perusahaan A	3 Bulan	Jan - Maret
Gudang 2	100 m x 24 m x 12 m	Disewakan	Perusahaan B	2 Bulan	Jan - Feb
Gudang 3	100 m x 24 m x 12 m	Disewakan	Perusahaan C	3 Bulan	Feb - April
Gudang 4	100 m x 24 m x 12 m	Disewakan	Perusahaan D	3 Bulan	Jan - Maret
Gudang 5	100 m x 24 m x 12 m	Disewakan	Perusahaan E	2 Bulan	Maret - April
Gudang 6	100 m x 24 m x 12 m	Disewakan	Perusahaan F	3 Bulan	April - Juni
Gudang 7	100 m x 24 m x 12 m	Disewakan	Perusahaan G	1 Bulan	Februari
Gudang 8	100 m x 24 m x 12 m	Disewakan	Perusahaan H	3 Bulan	Jan – Maret
Gudang 9	100 m x 24 m x 12 m	Disewakan	Perusahaan I	2 Bulan	April - Mei
Gudang 10	100 m x 24 m x 12 m	Disewakan	Perusahaan J	1 Bulan	April
Gudang 11	100 m x 24 m x 12 m	Kosong	-	-	
Gudang 12	100 m x 24 m x 12 m	Kosong	-	-	
Gudang 13	100 m x 24 m x 12 m	Kosong	-	-	
Gudang 14	100 m x 24 m x 12 m	Kosong	-	-	
Gudang 15	100 m x 24 m x 12 m	Kosong	-	-	
Gudang 16	100 m x 24 m x 12 m	Kosong	-	-	
Gudang 17	100 m x 24 m x 12 m	Kosong	-	-	

Sumber : Data Penyewaan Gudang PT. XYZ Bulan Januari – Juni (2024)

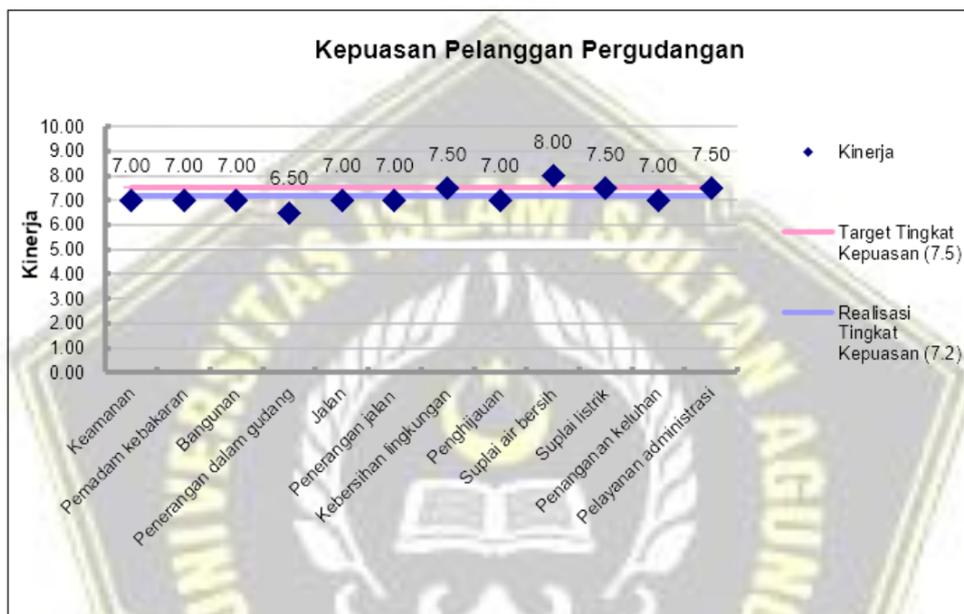
Berdasarkan data pada tabel 1.1 yang berisikan data penyewaan gudang di salah satu kawasan yang dimiliki oleh PT. XYZ. Pada kawasan tersebut terdiri dari 17 gudang dengan ukuran yang sama yaitu 100 m x 24 m x 12 m dengan keseluruhan masing masing gudang sebesar 2400 m³. Dari 17 gudang yang tersedia, yang terpakai hanya 10 gudang dengan persentase 58.8 % dari

keseluruhan dari 17 gudang. Sementara untuk gudang yang tidak terpakai atau tidak disewakan sebanyak 7 gudang dengan persentase 41.2 %. Untuk durasi penyewaan gudang sendiri yang tertulis didalam kontrak sewa menyewa minimal selama 3 bulan.

Beberapa perusahaan yang menyewa gudang di PT. XYZ memiliki karakteristik perusahaan yang berbeda beda. Sebagai contoh perusahaan A sendiri merupakan salah satu perusahaan yang berfokus di bidang fabrikasi besi yang dimana mereka menyewa gudang di PT. XYZ untuk menyimpan tangki silo dan bahan besi penunjang bangunan. Perusahaan B bergerak di bidang fabrikasi perbengkelan yang dimana mereka menyewa gudang di PT. XYZ untuk menyimpan material besi. Selanjutnya perusahaan C, F dan I yang bergerak di bidang pembuatan tepung terigu yang dimana mereka menyewa gudang di PT. XYZ untuk menyimpan tepung terigu untuk bahan makanan. Perusahaan D dan H bergerak di bidang yang sama yakni di bidang kimia yang dimana mereka menyewa gudang di PT. XYZ untuk menyimpan bahan seperti Polipropilen (PP) dan Polietilena (PE). Perusahaan E merupakan perusahaan yang bergerak dalam pembuatan bahan makanan, farmasi dan bioteknologi yang dimana mereka menyewa gudang di PT. XYZ untuk menyimpan pakan ternak. Perusahaan G merupakan pabrik yang bergerak dalam pembuatan baja yang dimana mereka menyewa gudang di PT. XYZ untuk menyimpan atap baja. Perusahaan J adalah salah satu perusahaan yang berfokus dalam hal produksi gula yang dimana mereka menyewa gudang di PT. XYZ untuk menyimpan gula.

Sehubungan dengan hal tersebut, PT. XYZ cukup sering menghadapi masalah seperti atap gudang yang bocor, suhu gudang yang tidak sesuai, terjadinya penumpukan saat melakukan *loading* barang untuk disimpan digudang dan berbagai masalah lainnya sehingga dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Berbagai cara dilakukan oleh PT. XYZ untuk meminimalkan adanya masalah saat penyewaan gudang berlangsung contohnya seperti perusahaan sering mengadakan evaluasi kinerja berupa penyebaran kuesioner kepada pelanggan terhadap fasilitas dan berbagai aspek lainnya.

Hal tersebut memiliki tujuan untuk mengetahui apakah para pelanggan merasa puas atau tidak terhadap berbagai fasilitas ataupun pelayanan saat melakukan penyewaan gudang. Perusahaan sendiri tentu menetapkan standar, namun terkadang hasil dari kuesioner kepuasan tersebut menunjukkan angka yang diperoleh lebih kecil dibandingkan standar yang telah ditetapkan atau yang diharapkan oleh perusahaan. Berikut ini merupakan grafik terkait survei kepuasan pelanggan penyewa gudang di PT. XYZ :



Gambar 1.1 Survei Tingkat Kepuasan Pelanggan Pergudangan PT. XYZ

Sumber : Data Kepuasan Pelanggan PT. XYZ Bulan Januari – Juni (2024)

Pada grafik diatas menunjukkan hasil tingkat kepuasan pelanggan setelah menggunakan jasa penyewaan gudang PT. XYZ pada tahun 2024 bulan Januari hingga Juni. PT. XYZ sendiri menggunakan kuesioner dengan memakai skala *likert* 1 hingga 10 untuk pengisiannya. PT. XYZ tentunya sudah menentukan standar untuk kepuasan pelanggan yaitu sebesar 7.5 dengan rata rata realisasi tingkat kepuasan seluruh atribut berada di angka 7.2, namun berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek atribut dalam tingkat kepuasan dari pelanggan berada dibawah target tingkat kepuasan PT. XYZ contohnya seperti atribut kemanan, pemadam kebakaran, bangunan, jalan, penerangan jalan, area penghijauan dan penangan keluhan yang berada di angka 7. Sementara untuk atribut penerangan dalam gudang berada di angka 6.50. Adapun

atribut yang sejajar dengan target kepuasan perusahaan sebesar 7.5 yakni atribut kebersihan lingkungan, suplai listrik dan pelayanan administrasi. Untuk atribut suplai air bersih berada di rank paling tinggi dengan angka 8 yang menunjukkan penyewa merasa puas terhadap pelayanan & fasilitas yang diberikan oleh PT. XYZ. Dikarenakan cukup banyak atribut yang berada dibawah standar perusahaan, hal tersebut tentunya harus menjadi perhatian khusus dari PT. XYZ.

Berdasarkan hal tersebut, perusahaan perlu melakukan analisa kepuasan terhadap kualitas pelayanan jasa penyewaan gudang agar dapat mengetahui sejauh mana layanan yang diberikan oleh penyedia jasa apakah sudah memenuhi atau bahkan melampaui harapan para pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi aspek-aspek pelayanan yang dianggap penting oleh para pelanggan sekaligus agar dapat mengevaluasi kinerja aktual dari penyedia jasa.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa penyewaan gudang di PT. XYZ ?
2. Atribut-atribut pelayanan mana saja yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan atau diperbaiki oleh PT.XYZ ?
3. Apa rekomendasi strategis yang dapat dilakukan PT. XYZ untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih terfokus dan sistematis, beberapa batasan penelitian ditetapkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya mencakup analisis terhadap pelanggan PT. XYZ yang menggunakan layanan penyewaan gudang dalam kurun waktu satu tahun terakhir.
2. Metode yang digunakan untuk analisis adalah *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* dengan mengacu pada lima

dimensi *Service Quality* : *tangibles, reliability, responsiveness, assurance,* dan *empathy*.

3. Data yang dikumpulkan hanya mencakup persepsi dan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, tanpa mempertimbangkan faktor eksternal lain seperti kondisi pasar atau kompetitor.
4. Penelitian ini tidak mencakup aspek keuangan atau profitabilitas perusahaan yang terkait dengan layanan penyewaan gudang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa penyewaan gudang di PT. XYZ
2. Mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang menjadi prioritas untuk perbaikan berdasarkan hasil analisis di PT. XYZ
3. Memberikan rekomendasi strategis bagi PT. XYZ untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan.

1.5 Manfaat

Berikut ini merupakan beberapa manfaat dari penelitian yang akan dilakukan :

1. Bagi Perusahaan
 - a. Memberikan wawasan mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa penyewaan gudang yang ditawarkan.
 - b. Membantu perusahaan mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki melalui analisis *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA).

2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Menjadi referensi atau acuan dalam penelitian yang sejenis, khususnya dalam konteks evaluasi kualitas pelayanan menggunakan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA).
 - b. Memberikan gambaran mengenai penerapan metode ini dalam industri penyewaan gudang sehingga dapat dibandingkan atau diaplikasikan dalam konteks yang berbeda.
3. Bagi Akademik
 - a. Berkontribusi pada pengembangan literatur ilmiah di bidang manajemen kualitas pelayanan, khususnya pada industri logistik dan penyewaan gudang.
 - b. Menjadi bahan pembelajaran bagi mahasiswa, akademisi, dan praktisi dalam memahami penerapan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengevaluasi kualitas pelayanan.
 - c. Mendorong penelitian multidisiplin yang menghubungkan kualitas pelayanan dengan aspek pemasaran, manajemen operasional, atau teknologi informasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar mendapatkan laporan penelitian tugas akhir yang benar dan sistematis, berikut ini merupakan sistematika penulisan berdasarkan buku panduan dalam tugas akhir :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan uraian tentang pendahuluan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Berisikan penjelasan tentang konsep dan prinsip dasar yang digunakan dan diperlukan untuk memecahkan masalah yang ada pada laporan Tugas Akhir serta untuk merumuskan hipotesis apabila memang diperlukan dari berbagai referensi yang dijadikan landasan untuk kegiatan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi uraian rinci tentang desain, metoda atau pendekatan yang digunakan dalam menjawab permasalahan penelitian tugas akhir untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang pengumpulan dan pengolahan data menggunakan metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* dengan tujuan untuk mengetahui rata - rata *gap* di tiap dimensi dan untuk mengetahui atribut apa saja yang harus diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan, melakukan analisa, pembuktian terhadap hipotesa yang ditentukan serta usulan perbaikan pada atribut yang akan diperbaiki.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan uraian terkait kesimpulan dari hasil penelitian tugas akhir yang telah dilakukan dan saran yang dapat diberikan kepada para pembaca.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dengan berbagai metode yang dipakai. Untuk memperjelas yang digunakan sebagai bahan acuan penelitian, berikut ini merupakan gambaran umum secara ringkas terkait penelitian penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti yaitu sebagai berikut :

Menurut penelitian Windyaningrum and Indrawati (2023) dengan judul “ Integrasi Metode *Service Performance* (SERVPERV), *Importance Performance Analysis* (IPA) Dan *Costumer Satisfaction Index* (CSI) Dalam Penentuan Prioritas Pengembangan Lembaga Pendidikan Nonformal” dengan menggunakan metode *Service Performance* (SERVPERF), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Costumer Satisfaction Index* (CSI). Pada penelitian ini didapatkan hasil yang menunjukkan tingkat kinerja layanan LKP Palupi Madiun sebesar 71,43% (berkinerja baik) dengan tingkat kepuasan responden sebesar 80,13% (memuaskan). Namun demikian masih terdapat beberapa aspek yang perlu mendapatkan perhatian lembaga untuk perbaikan yaitu ketersediaan mesin jahit dan mesin pendukung lain secara memadai dengan mengikuti perkembangan zaman, ketersediaan fasilitas pendukung lain diantaranya ketersediaan ruang tunggu, ruang ibadah, jumlah toilet, kesesuaian lembaga dalam memberikan pendidikan dan pelatihan sesuai dengan yang dijanjikan, serta pelayanan lembaga yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kompetensi peserta didik.

Menurut penelitian Reyhansyah (2020) dalam artikelnya berjudul "Analisis Pengaruh *Service Quality* dan Biaya terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Mustikasakti Sarana Kencana" menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Penelitian ini dilakukan dengan survei terhadap 49 responden, dan hasilnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas

pelanggan. Temuan ini mempertegas pentingnya pengelolaan pelayanan yang konsisten untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan di sektor pada jasa transportasi. Dengan kesimpulan akhir yaitu Terdapat pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction*, pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Tidak terdapat pengaruh *price perception* terhadap *customer satisfaction*, harga yang ditawarkan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*, pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan setia.

Menurut penelitian Alamsyah, Suprihatin and Hidayah (2024) dalam penelitiannya berjudul "Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Service Quality* (Servqual), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Deployment* (QFD) Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Café Seling Banyuwangi" menggunakan metode *Service Quality* (Servqual), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Deployment* (QFD). Pada penelitian ini didapatkan hasil yaitu dari diagram IPA yang dihasilkan, dapat disimpulkan bahwa Kuadran IV (Prioritas Utama) dan Kuadran III adalah area yang harus difokuskan untuk perbaikan pelayanan. Pernyataan seperti P8 (*Responsiviness*) dan P13 (*Emphaty*) menjadi sorotan utama, memerlukan strategi perbaikan yang lebih intensif. Adanya permasalahan di Kuadran III juga menandakan adanya peluang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan peningkatan responsivitas dan informasi terkait pelayanan di Cafe Seling. Melalui *Quality Function Deployment* (QFD) dan *House of Quality* (HOQ), didapatkan hasil bahwa aspek "Menyediakan deskripsi menu yang jelas untuk membantu pelanggan membuat keputusan" menjadi fokus utama perbaikan dengan total *weight* tertinggi.

Menurut penelitian Yaqin and Pusakaningwati (2023) dengan judul "Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* di CV. Nugraha Cipta Raharja" dengan menggunakan metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis*. Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwasannya terdapat 30 atribut yang mempengaruhi penilaian terhadap kinerja kualitas pelayanan jasa di CV. Nugraha

Cipta Raharja, setelah dilakukan perhitungan pada 30 atribut tersebut hasilnya terdapat beberapa atribut yang perlu ditingkatkan dan dikembangkan, terutama atribut yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan yaitu keseluruhan atribut yang terdapat dalam kuadran A, yaitu bangunan kantor (A1), kelengkapan dan kelayakan fasilitas perusahaan (A5), tersedianya tempat sampah di luar perusahaan (A7), respon baik dalam menerima kritik dan saran (B3), keramahan pelayanan terhadap customer (C6), *reward* bagi pelanggan aktif (C7), karyawan melakukan tindakan sigap dan tepat (D3), kelengkapan barang titipan di dalam maupun di luar ruangan (E12), kenyamanan pelayanan di dalam maupun di luar ruangan (E13), barang yang disewakan dalam keadaan baik dan bagus (E14).

Menurut penelitian Sugiharta, Silitonga and Setiawati (2023) dengan judul “Analisis Kepuasan Kualitas dan Rancangan Perbaikan Pelayanan Jasa Kesehatan” dengan metode *Service Quality*, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Quality Function Development* (QFD) didapatkan hasil bahwa rata-rata nilai *gap* yang didapat dari keseluruhan dimensi adalah negatif (-1,053). Nilai negatif yang diperoleh mengartikan bahwa kualitas pelayanan RSUD X belum berjalan sesuai dengan harapan pengunjung, dengan kata lain pengunjung masih mengalami ketidakpuasan akan layanan kesehatan yang diberikan. Berdasarkan analisis dengan metode IPA, didapatkan lima atribut kualitas pelayanan yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pengunjung RSUD X. Atribut kualitas pelayanan tersebut adalah kebersihan, kerapian dan kenyamanan area rumah sakit (T1), kondisi fasilitas rumah sakit yang terlihat bagus dan memadai (T3), ketepatan jadwal pemeriksaan sesuai dengan yang telah dijanjikan (R1), kecepatan waktu tunggu untuk pemeriksaan di rumah sakit (RS4), dan keramahan dan kesopanan tenaga medis dan staff rumah sakit (A3).

Menurut penelitian Hadining (2020) dengan judul penelitian “Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry dengan Menggunakan Metode *Service Quality*, IPA, dan CSI” yang menggunakan metode *Service Quality*, IPA, dan CSI. Pada penelitian ini didapatkan Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pelanggan sudah merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan tetapi belum maksimal. Hal ini terlihat dari hasil pengujian tingkat kepuasan pelanggan

dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu sebesar 91%. Pada pengujian dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat 5 atribut yang masuk ke dalam kuadran I yang artinya ada 5 atribut pelayanan yang belum maksimal. Berdasarkan pengujian dengan metode *Servqual* urutan perbaikan dimulai dari atribut E1 (pihak *laundry* mampu memberikan penyelesaian atas keluhan dari pelanggan) yang memiliki nilai negatif paling besar.

Menurut penelitian Mamangkey, Massie and Tawas (2021) dengan judul “Analisa Kualitas Layanan dengan Menggunakan Metode SERVQUAL, IPA, dan PGCV” dengan menggunakan metode *Service Quality*, IPA, dan PGCV. Pada penelitian ini didapatkan Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa hampir seluruh *item* pernyataan belum melebihi ekpetasi atau harapan pelanggan. *Item* 1,8, dan 19 menjadi prioritas dalam diagram kartesius karena memiliki nilai persepsi yang rendah namun nilai ekpetasinya tinggi. Namun yang menjadi perhatian utama untuk dilakukan perbaikan dengan metode PGCV yaitu item 4 “Ketersediaan tempat parkir yang memadai”.

Menurut penelitian Ilman, Indriani and Adriantantri (2020) dengan judul penelitian “Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan di Bank BPR Syariah Kota Mojokerto” dengan menggunakan metode *Service Quality* dan IPA. Pada penelitian ini didapatkan Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau mengukur tingkat kepuasan dan prioritas perbaikan dalam proses pelayanan perbankan, dalam pengukurannya menggunakan nilai *GAP* dan menggunakan *Importance-Performance Analysis*. Pengukuran tingkat kepuasan berdasarkan lima dimensi, *tangibles* (fisik), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *emphaty* (kepedulian). Hasil diperoleh dari pengukuran nilai *GAP* berdasarkan dimensi *tangibles* (-0,01), *reability* (-0,21), *responsiveness* (-0,09), *assurance* (0,04), dan *emphaty* (-0,01), nilai negatif menunjukkan bahwa kepuasan masih kurang memuaskan. Hasil analisis IPA menunjukkan atribut (8) Pegawai Bank BPR syariah Kota Mojokerto memahami permintaan proses transaksi anda dan (20) Terdapat respon terhadap saran dari nasabah untuk Pegawai Bank BPR Syariah Kota Mojokerto.

Menurut penelitian Ilmi (2023) dengan judul penelitian “ Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Dengan Metode *Service Quality* (SERVQUAL) Dan *Importance Performance Analysis* (IPA) (Studi Kasus : UPTD Puskesmas Tologosari Kulon) yang menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL) Dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Pada penelitian ini didapatkan hasil perhitungan *Service Quality* dengan rata rata *gap* dimensi *tangible* -0,260, *reliability* -0,182, *responsiveness* -0,264, *assurance* 0,262 dan *emphaty* -0,128. Hasil metode *Importance Performace Analysis* didapatkan 4 atribut pada kuadran I, 8 atribut pada kuadran II, 9 atribut pada kuadran III dan 4 atribut pada kuadran IV.

Menurut penelitian Andana (2024) dengan judul penelitian “ Analisa Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satsifaction Index Methods* (Studi Kasus : Warung Makan Pink) yang menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dan *Customer Satisfaction Index*. Pada Penelitian ini didapatkan nilai *Customer Satsifaction Index* sebesar 84,69 % untuk kualitas produk dan 87,34 % untuk kualitas pelayanan. Selanjutnya perhitungan melalui metode Servqual didapatkan nilai *gap* negatif yaitu -0,5 pada beberapa atribut seperti Banyaknya Paket Menu yang Ditawarkan (M5), Kesesuaian Porsi Makanan Setiap Pembelian (M9), dan Karyawan Menjelaskan Menu Makanan/Minuman kepada Konsumen (P18). Pada metode IPA didapatkan 1 atribut pada kuadran I yaitu Karyawan Menjelaskan Menu makanan/minuman kepada konsumen (P18). Adapun rekomendasi perbaikan mencakup dimensi *Features* (Fitur) pada atribut Banyaknya Paket Menu yang Ditawarkan (M5) dan dimensi *Conformance* (Kesesuaian) pada atribut Kesesuaian Porsi Makanan Setiap Pembelian (M9). Selain itu, dalam dimensi *Empathy* (Empati) terdapat satu atribut dengan nilai *gap* tinggi, yaitu Karyawan Menjelaskan Menu Makanan/Minuman kepada Konsumen (P18).

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka

No	Penulis	Sumber	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	(Windyaningrum and Indrawati, 2023)	JUSTER : Jurnal Sains dan Terapan Vol. 2, No. 1, Januari 2023 p-ISSN: 2809-7661	Integrasi Metode <i>Service Performance</i> (SERVPERV), <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) Dan <i>Costumer Satisfaction Index</i> (CSI) Dalam Penentuan Prioritas Pengembangan Lembaga Pendidikan Nonformal	<i>Service Performance</i> (SERVPERF), <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Costumer Satisfaction Index</i> (CSI)	Pada penelitian ini didapatkan hasil yang menunjukkan tingkat kinerja layanan LKP Palupi Madiun sebesar 71,43% (berkinerja baik) dengan tingkat kepuasan responden sebesar 80,13% (memuaskan). Namun demikian masih terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki yaitu ketersediaan mesin jahit, ketersediaan fasilitas pendukung lain seperti ruang tunggu, toilet dan sebagainya, serta meningkatkan kompetensi peserta didik.
2	(Reyhansyah, 2020)	Majalah Ilmiah Bahari Jogja (MIBJ) Vol.18 No.1, 2020 p-ISSN 1693-9484	Analisis Pengaruh <i>Service Quality</i> dan Biaya terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Mustikasakti Sarana Kencana	<i>Service Quality</i> dan <i>Price Perception</i>	Penelitian ini dilakukan dengan survei terhadap 49 responden, dan hasilnya terdapat pengaruh <i>service quality</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> . Tidak terdapat pengaruh <i>price perception</i> terhadap <i>customer satisfaction</i> , harga yang ditawarkan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan. Terdapat pengaruh <i>customer satisfaction</i> terhadap <i>customer loyalty</i> , pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan setia.
3	(Alamsyah, Suprihatin and Hidayah, 2024)	Jurnal Pendidikan Tambusai Halaman 10087-10095 Vol. 8, No. 1 2024	Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode <i>Service Quality</i> (Servqual), <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Quality</i>	<i>Service Quality</i> (Servqual), <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Quality</i>	Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Kuadran IV (Prioritas Utama) dan Kuadran III adalah area yang harus difokuskan untuk perbaikan pelayanan. Pernyataan seperti P8 (<i>Responsiviness</i>) dan P13 (<i>Emphaty</i>) menjadi sorotan utama, memerlukan strategi perbaikan yang lebih intensif. Melalui <i>Quality Function Deployment</i> (QFD) dan

No	Penulis	Sumber	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
		ISSN: 2614-3097	<i>Function Deployment</i> (QFD) Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Café Seling Banyuwangi	<i>Function Deployment</i> (QFD)	<i>House of Quality</i> (HOQ), didapatkan hasil bahwa aspek "Menyediakan deskripsi menu yang jelas untuk membantu pelanggan membuat keputusan" menjadi fokus utama perbaikan dengan total weight tertinggi.
4	(Yaqin and Pusakaningwati, 2023)	Jurnal Cakrawala Ilmiah Vol. 3, No.1 2023	Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual dan <i>Importance Performance Analysis</i> di CV. Nugraha Cipta Raharja	<i>Service Quality</i> dan IPA	Pada penelitian ini terdapat 30 atribut yang mempengaruhi penilaian terhadap kinerja kualitas pelayanan jasa di CV. Nugraha Cipta Raharja, terutama atribut yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan yaitu yaitu bangunan kantor (A1), kelengkapan dan kelayakan fasilitas perusahaan (A5), tersedianya tempat sampah di luar perusahaan (A7), respon baik dalam menerima kritik dan saran (B3), keramahan pelayanan terhadap customer (C6), reward bagi pengguna aktif (C7), karyawan melakukan tindakan sigap dan tepat (D3), kelamanan barang titipan di dalam maupun di luar ruangan (E12), kenyamanan pelayanan di dalam maupun di luar ruangan (E13), barang yang disewakan dalam keladaan baik dan bagus (E14).
5	(Sugiharta, Silitonga and Setiawati, 2023)	Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya Vol 9, No.2 2023	Analisis Kepuasan Kualitas dan Rancangan Perbaikan Pelayanan Jasa Kesehatan	<i>Service Quality</i> , IPA, dan QFD	Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa rata rata nilai <i>gap</i> yang didapat dari keseluruhan dimensi adalah negatif (-1,053). Berdasarkan analisis dengan metode IPA, terdapat lima atribut kualitas pelayanan yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan seperti kebersihan, kerapihan dan kenyamanan area rumah sakit (T1), kondisi fasilitas rumah sakit yang terlihat bagus dan memadai (T3),

No	Penulis	Sumber	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
					ketepatan jadwal pemeriksaan sesuai dengan yang telah dijanjikan (R1), kecepatan waktu tunggu untuk pemeriksaan di rumah sakit (RS4), dan keramahan dan kesopanan tenaga medis dan staff rumah sakit (A3).
6	(Hadining, 2020)	J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri,	Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry dengan Menggunakan Metode Service Quality, IPA, dan CSI	Service Quality, IPA, dan CSI	Pada penelitian ini didapatkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pelanggan sudah merasa sangat puas dengan tingkat kepuasan pelanggan saat menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) yaitu sebesar 91%. Pada pengujian dengan metode Importance Performance Analysis (IPA) terdapat 5 atribut yang masuk ke dalam kuadran I. Berdasarkan pengujian dengan metode Servqual urutan perbaikan dimulai dari atribut E1 yang memiliki nilai negatif paling besar.
7	(Mamangkey, Massie and Tawas, 2021)	Jurnal EMBA, 2021 ISSN 2303-1174	Analisa Kualitas Layanan dengan Menggunakan Metode SERVQUAL, IPA, dan PGCV	Service Quality, IPA, dan PGCV	Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa Item 18 dan 19 menjadi prioritas dalam diagram kartesius karena memiliki nilai persepsi yang rendah namun nilai ekpetasinya tinggi. Namun yang menjadi perhatian utama untuk dilakukan perbaikan dengan metode PGCV yaitu item 4 "Ketersediaan tempat parkir yang memadai".
8	(Ilman, Indriani and Adriantantri, 2020)	Jurnal Valtech, Vol 3, No.2 (2020) E-ISSN : 2614-8382	Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan di Bank BPR Syariah Kota Mojokerto	Service Quality dan IPA	Pada penelitian ini diperoleh hasil dari pengukuran nilai Gap berdasarkan dimensi tangibles (-0,01), realibility (-0,21), responsiveness (-0,09), assurance (0,04), dan emphaty (-0,01). Hasil analisis IPA menunjukkan bahwa atribut yang diprioritaskan yaitu

No	Penulis	Sumber	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
					atribut (8) Pegawai Bank BPR syariah Kota Mojokerto memahami permintaan proses transaksi anda dan (20) Terdapat respon terhadap saran dari nasabah untuk Pegawai Bank BPR Syariah Kota Mojokerto.
9	(Ilmi, 2023)	<i>JURNAL ILMIAH SULTAN AGUNG Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 7 Desember 2023</i>	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Dengan Metode <i>Service Quality (SERVQUAL)</i> Dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> (Studi Kasus : UPTD Puskesmas Tologosari Kulon)	<i>Service Quality</i> dan IPA	Pada penelitian ini didapatkan hasil perhitungan <i>Service Quality</i> dengan rata rata <i>gap</i> dimensi <i>tangible</i> -0,260, <i>reliability</i> -0,182, <i>responsiveness</i> -0,264, <i>assurance</i> 0,262 dan <i>emphaty</i> -0,128. Hasil metode <i>Importance Performace Analysis</i> didapatkan 4 atribut pada kuadran I, 8 atribut pada kuadran II, 9 atribut pada kuadran III dan 4 atribut pada kuadran IV.
10	(Andana, 2024)	<i>JURNAL ILMIAH SULTAN AGUNG Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 30 Desember 2024</i>	Analisa Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> dan <i>Customer Satsifaction Index Methods</i> (Studi Kasus : Warung Makan Pink)	<i>Importance Performance Analysis</i> dan <i>Customer Satsifaction Index Methods</i>	Pada Penelitian ini didapatkan nilai <i>Customer Satsifaction Index</i> sebesar 84,69 % untuk kualitas produk dan 87,34 % untuk kualitas pelayanan. Pada metode <i>Servqual</i> didapatkan nilai <i>gap</i> negatif yaitu -0,5 pada beberapa atribut. Pada metode IPA didapatkan 1 atribut pada kuadran I.

Dari beberapa studi literatur yang penulis gunakan diatas, dapat diketahui dalam melakukan analisa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terdapat beberapa alternatif metode yang dapat digunakan, diantaranya *Service Quality*, *Service Performance*, *Importance Performance Analysis*, *Costumer Satisfaction Index*, *Quality Function Deployment* dan *PGCV*. Tentunya metode metode tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan dalam pengaplikasiannya.

Tabel 2.2 Kelebihan dan Kekurangan Metode Penelitian Yang Digunakan

No	Metode	Kelebihan	Kekurangan
1	<i>Service Quality</i>	Memiliki kemampuan diagnostik yang tinggi, berfokus pada perspektif pelanggan, dapat mengidentifikasi kesenjangan antara persepsi dan eskpetasi	Penilaian secara subyektif dan perbaikan kualitas layanan hanya berdasar pada <i>gap</i> yang memiliki nilai tertinggi
2	<i>Service Performance</i>	Memberikan penilaian kualitas layanan secara langsung, mengurangi beban emosional dan kognitif pelanggan, berkorelasi dengan profitabilitas dan loyalitas pelanggan	Tidak mempertimbangkan kesenjangan (<i>gap</i>) antara persepsi dan ekspetasi pelanggan
3	<i>Importance Performance Analysis</i>	Dapat memetakan persepsi pelanggan terhadap nilai kepentingan (<i>importance</i>), persepsi pelanggan terhadap kinerja (<i>performance</i>) sehingga didapatkan skala prioritas yang harus diperbaiki berdasarkan pengelompokkan diagram kartesius	Tidak memberikan urutan usulan perbaikan secara langsung terhadap kekurangan pelayanan yang dianalisis
4	<i>Costumer Satisfaction Index</i>	Mengukur kepuasan pelanggan secara keseluruhan dan memberikan pemahaman tentang kecenderungan kepuasan pelanggan	Bersifat subjektif, tidak dapat menentukan atribut prioritas dari atribut atribut yang dihasilkan
5	<i>Quality Function Deployment</i>	Meningkatkan mutu atau kualitas suatu produk, meningkatkan keandalan produk, meningkatkan produktivitas, memangkas <i>time to market</i>	Pengerjaannya memerlukan waktu yang lama, sulit membedakan kebutuhan konsumen yang bertentangan
6	<i>PGCV (Potential Gain)</i>	Dapat menentukan skala prioritas indikator pelayanan yang perlu	Cara perhitungannya cukup panjang dan membutuhkan

No	Metode	Kelebihan	Kekurangan
	<i>In Customer Value)</i>	ditingkatkan, dapat menentukan urutan atribut kualitas pelayanan yang perlu diprioritaskan	waktu yang cukup lama

Berdasarkan beberapa perbandingan metode diatas, metode yang dipilih oleh penulis yaitu metode *Service Quality* yang berfungsi untuk mencari nilai rata-rata *gap* dari masing-masing dimensi pada kuesioner kepuasan penyewaan gudang yang dimana hal tersebut sejalan dengan masalah yang ada di PT. XYZ terkait adanya *gap* antara persepsi dan ekspektasi dari para penyewa gudang setelah dilakukan survei kepuasan. Selanjutnya untuk dapat menentukan atribut mana yang harus diprioritaskan untuk perbaikan secara detail, maka digunakan metode IPA untuk mengetahui atribut mana saja yang tergolong dalam prioritas perbaikan melalui diagram kartesius. Dengan demikian, kita dapat mengetahui area mana yang harus ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan menggabungkan kedua metode ini, kita dapat mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, serta mengevaluasi kinerja organisasi dalam mencapai faktor-faktor tersebut. Hal ini dapat membantu organisasi untuk mengambil langkah-langkah perbaikan yang tepat guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperbaiki reputasi organisasi.

2.2 Landasan Teori

Berikut ini merupakan beberapa landasan teori yang digunakan sebagai informasi untuk kebutuhan penelitian yaitu sebagai berikut :

2.2.1 Pengertian Pelanggan

Pelanggan merupakan kunci keberhasilan bisnis dan perusahaan, yang merupakan tumpuan dari kinerja hasil penjualan, tingkat profitabilitas dan pangsa pasar. Keberhasilan kinerja sangat tergantung pada pelanggan yang datang atau membeli kembali (Assauri, 2013).

Hal tersebut sama halnya dengan perusahaan “PT. XYZ” yang bergerak dibidang jasa penyewaan gudang yang dimana perusahaan juga mementingkan pelanggan yakni perusahaan lain sebagai *stackholder* dimana tindakan yang

diambil pelanggan/konsumen ini dapat mempengaruhi berupa *feedback* terhadap PT. XYZ. Maka dari itu pihak perusahaan harus bisa memenuhi hak-hak dari pelanggan supaya nantinya pelanggan bisa merasa senang sehingga para pelanggan ini mungkin melakukan *repeat order* terhadap jasa penyewaan gudang karena sudah dilayani dengan baik, baik dari segi fasilitas, pelayanan dan yang lainnya.

Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa pelanggan dari kasus ini memiliki arti semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi pribadi (Kotler, 2000). Pelanggan ini menjadi faktor yang sangat penting dalam perputaran ekonomi bisnis karena mereka adalah ujung tombak dalam perputaran perekonomian jika tidak ada mereka maka perputaran perekonomian tidak akan berjalan. Ini pun selaras dengan pengertian menurut KBBI seseorang yang membeli barang atau jasa dari penjual, atau seseorang yang memperoleh atau menikmati jasa atau barang yang diberikan oleh produsen. Dari pengertian tersebut kita bisa tau seberapa penting konsumen atau pelanggan itu untuk perputaran perekonomian. Sehubungan dengan hal tersebut, pelanggan dalam hal sewa menyewa disebut dengan penyewa. Penyewa adalah pihak yang membayar harga sewa kepada pemilik suatu barang atau jasa berdasarkan perjanjian yang telah disepakati.

2.2.2 Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian secara emosional dari pelanggan setelah pelanggan tersebut menggunakan produk dimana harapan dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi (Daryanto and Setyabudi, 2014). Dari pengertian diatas bisa kita ambil beberapa inti persoalan yaitu harapan dan kebutuhan konsumen yang mana kedua hal tersebut berkaitan erat dengan penilaian secara emosional pelanggan. Harapan sendiri itu murni dari penilaian pelanggan dan juga ada yang namanya layanan keduanya ini harus diseimbangkan dikarenakan ketika keduanya seimbang tidak akan ada *GAP* diantara keduanya. *GAP* sendiri itu berfungsi untuk mengetahui bagaimana harapan pelanggan apakah sudah sesuai dengan layanan.

Adapun pengertian tambahan terkait kepuasan pelanggan sendiri menurut para ahli yaitu (Indriaty, 2010) :

1. *Willkie*

Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

2. *Day*

Kepuasan pelanggan adalah suatu respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau dikonfirmasi yang disesuaikan antara harapan sebelumnya (Norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

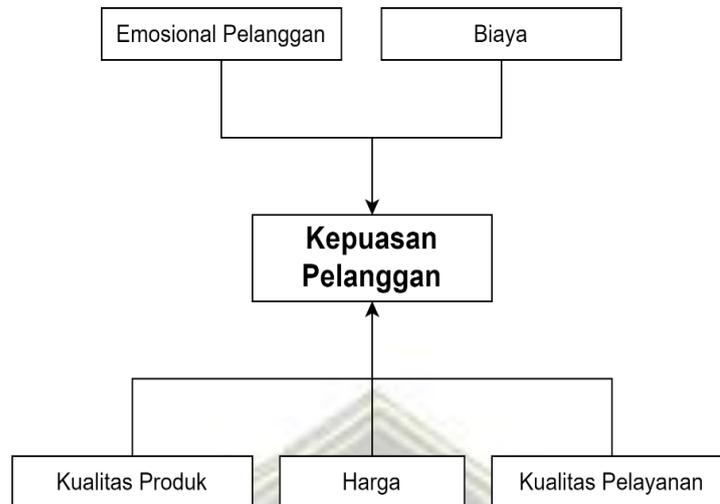
3. *Kotler*

Kepuasan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

4. *Engel*

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*Outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Tidak hanya kualitas layanan sebagai faktor utama namun masih banyak lagi beberapa faktor untuk mengukur *GAP* kepuasan pelanggan. Kualitas layanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi spesifikasi dari layanan berupa kualitas layanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi (Indrasari, 2019). Dari lima faktor tersebut bisa kita rincikan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Faktor Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

- a. Kualitas Produk dan jasa, Konsumen akan merasa puas jika produk dan layanan yang mereka gunakan dinilai memiliki kualitas yang baik sesuai dengan harapan mereka.
- b. Kualitas pelayanan, khususnya industri jasa. Konsumen akan merasa puas jika mereka menerima layanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan oleh para konsumen.
- c. Emosional, jika pelanggan menggunakan barang atau jasa dari merek tertentu, maka mereka akan merasa bangga dan percaya bahwa orang lain akan kagum dengan dirinya. Hal tersebut cenderung dapat menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi
- d. Harga, semakin mahal harga penyewaan gudang maka pelanggan memiliki harapan yang besar pula. Sedangkan gudang dengan kualitas sama tetapi harganya lebih murah, dapat memberi nilai yang lebih tinggi pada pasien.
- e. Biaya, pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan lebih untuk mendapatkan jasa pelayanan, maka pelanggan tersebut dapat dikatakan cenderung puas terhadap jasa pelayanan tersebut.

Terdapat empat metode terkait pengukuran kepuasan pelanggan diantaranya yaitu sebagai berikut (Indrasari, 2019) :

a. **Sistem Keluhan dan Saran**

Dimana setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu untuk memberikan kesempatan kepada para pelanggannya untuk menyampaikan terkait saran, pendapat bahkan keluhan mereka. Beberapa media yang cukup sering digunakan untuk menyampaikan hal tersebut seperti kotak saran yang disediakan oleh perusahaan terkait. Informasi pelanggan tersebut dapat memberikan masukan ataupun ide bagi perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. *Ghost Shopping*

Dimana hal ini diterapkan melalui cara yaitu menggunakan beberapa orang yang kemudian berperan menjadi pembeli ataupun pelanggan produk tersebut kemudian perusahaan pesaing dapat mengetahui terkait kelebihan dan kekurangan produk yang sudah dibeli tersebut sehingga mereka dapat memperkirakan strategi apa yang harus digunakan oleh perusahaan pesaing.

c. *Lost Customer Analysis*

Pada umumnya menggambarkan dimana perusahaan melakukan komunikasi dengan pelanggan yang sudah tidak membeli produk terkait ataupun sudah berganti penyuplai dengan harapan perusahaan bisa mengetahui hal apa saja yang mendasari hilangnya atau berkurangnya pelanggan sehingga perusahaan dapat mengambil kebijakan terkait apa yang harus perusahaan lakukan kedepannya.

d. **Survei kepuasan pelanggan**

Pada umumnya survei ini dilakukan melalui penelitian survei dengan harapan perusahaan mendapatkan tanggapan secara langsung dari pelanggan.

2.2.3 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan jasa. Secara umum, kualitas pelayanan mengacu pada tingkat keunggulan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya dalam memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi mereka. Pengertian lain kualitas

pelayanan didefinisikan sebagai "upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memberikan layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan." (Tjiptono, 2007).

Pentingnya kualitas pelayanan tercermin dalam pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas, dan reputasi perusahaan. Pelanggan yang merasa puas dengan kualitas pelayanan lebih cenderung untuk terus menggunakan layanan perusahaan dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, pengurangan loyalitas, dan bahkan kerugian finansial bagi perusahaan (Mariansyah and Syarif, 2020).

Kualitas pelayanan biasanya dievaluasi dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap layanan yang mereka terima dengan harapan mereka sebelum menerima layanan tersebut. Jika layanan yang diterima memenuhi atau melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Namun, jika layanan yang diterima berada di bawah harapan, pelanggan cenderung merasa kecewa atau tidak puas (Putri *et al.*, 2021).

2.2.4 Jasa

Jasa adalah suatu kegiatan ekonomi yang menghasilkan nilai dan memberikan manfaat bagi para konsumen pada waktu dan tempat tertentu, dengan menyediakan semua atau sebagian keinginan dari penggunaan jasa tersebut. Kata kuncinya adalah: memberikan nilai, diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama, sebagai pemuas kebutuhan.

Menurut (Kotler and Keller, 2016), jasa mempunyai karakteristik sebagai berikut :

a. Tidak berwujud (*intangible*)

Jasa sendiri berbeda dengan produk, yang dimana produk merupakan suatu objek ataupun benda yang tampak (berwujud) sedangkan jasa sendiri tidak kasat mata, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli;

b. Tidak dapat dipisahkan (*inseparable*)

Pada umumnya jasa diproduksi terlebih dahulu, lalu hal tersebut kemudian diproduksi dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila di kehendaki

oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut;

c. Bervariasi (*variable*)

Jasa sendiri bersifat variabel karena memiliki berbagai variasi, seperti variasi kualitas, bentuk dan jenis dan sebagainya sehingga dapat dikatakan jasa selalu mengalami perubahan tergantung dari siapa penyedia jasa dan penerima jasa dan kondisi di mana jasa tersebut diberikan;

d. Tidak tahan lama (*perishable*)

Jasa sendiri tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang maupun dijual kembali karena bahwasannya jasa sendiri mudah rusak, jika pada waktu tertentu tidak laku terjual serta tidak dapat di-*stock* untuk dijual pada waktu lain.

2.2.5 Kualitas Jasa

Jasa sebagai produk yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan memiliki peranan penting terhadap kualitas, karena kualitas merupakan salah satu dimensi yang menentukan penilaian kepuasan. Menurut (Kotler and Keller, 2016), kualitas didefinisikan sebagai totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan keinginan yang dinyatakan secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini berarti menunjukkan bahwa fitur produk atau jasa menentukan kualitas yang kemudian memuaskan kebutuhan konsumen.

Kualitas dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas layanan yang nyata diterima dengan layanan yang diharapkan konsumen, di mana persepsi konsumen atas simpulan konsumen yang didapat terutama dari pengalamannya menggunakan produk ataupun jasa yang bersangkutan. Kualitas produk atau jasa disebut nilai, karena pada prinsipnya sama (Chirthoper, 2011).

Konsep kualitas itu sendiri dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian merupakan suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi

persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan. Pada kenyataannya aspek ini bukanlah satu - satunya aspek kualitas.

Menurut Zeithaml (2006) terdapat lima dimensi kualitas jasa yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa. Kelima dimensi kualitas jasa tersebut adalah sebagai berikut :

1. Reliabilitas (dapat dipercaya)

Artinya kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat. Hal ini meliputi pelayanan pada waktu yang telah direncanakan/ditetapkan, akurat dalam perhitungan dan menjaga pelayanan dengan baik dan benar.

2. Daya tanggap

Artinya tanggapan yang cepat dalam memberikan bantuan kepada konsumen dan melaksanakan pelayanan tersebut secara layak. Hal itu meliputi pemberian pelayanan secara tepat dan cepat dan mengatur perjanjian atau penerimaan konsumen dengan cepat dan benar.

3. Jaminan

Artinya pengetahuan, keterampilan, tata krama karyawan dan kemampuan untuk mengembangkan kepercayaan dan keyakinan atau tingkat sopan-santun yang harus dimiliki karyawan untuk menciptakan kepercayaan dan rasa percaya diri konsumen.

4. Empati

Artinya kepedulian dan pemberian perhatian secara individu kepada setiap konsumen. Termasuk di dalamnya adalah mengerti apa yang diinginkan konsumen. Hal ini meliputi kegiatan mempelajari keinginan konsumen, memberikan perhatian secara individu kepada konsumen, dan mengenal konsumen secara lebih dekat.

5. Keberwujudan

Artinya penampilan fisik peralatan, personal dan alat-alat komunikasi. Hal itu meliputi penampilan karyawan, fasilitas fisik, peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam pelayanan. Ada wujud fisik sebagai produk pendukung baik sebelum maupun setelah jasa diserahkan ke

pelanggan. Misalnya berupa bangunan, interior, seragam pegawai, peralatan yang dipakai, dan sebagainya yang berwujud.

Sebagai perbandingan, menurut Oliver (1980) kualitas suatu jasa terdiri atas 3 komponen utama yaitu :

1. Kualitas Teknik

Komponen ini berhubungan dengan kualitas hasil pelayanan yang dirasakan oleh konsumen. Terdapat tiga jenis dalam komponen ini : a) Kualitas pencarian, yakni kualitas yang dapat dinilai sebelum melakukan pembelian, seperti harga; b) kualitas pengalaman, yakni kualitas yang dapat dievaluasi setelah layanan digunakan, seperti kecepatan pelayanan, ketepatan waktu dan sebagainya; c) Kualitas kredensial, yakni kualitas yang sulit dinilai oleh konsumen meskipun mereka telah merasakan pelayanan tersebut.

2. Kualitas Fungsional

Komponen ini berkaitan dengan kualitas cara perusahaan penyedia jasa memberikan layanannya kepada konsumen.

3. Citra Perusahaan

Komponen ini berkaitan dengan citra umum, profil, reputasi, dan daya tarik khusus yang dimiliki perusahaan penyedia jasa.

2.2.6 Kuisoner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017).

Dengan adanya kuisoner ini, analis ini mengukur dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang didapat dari analisa masalah yang ada sehingga nantinya analis bisa mengetahui kesimpulan dari penyebaran kuisoner tersebut apa saja masalah yang terjadi pada subjek penelitian. Nantinya kalo sudah diketahui baru bisa dibuat analisis menggunakan beberapa metode tertentu dan didapatkan hasil dari penelitian.

Kuesioner sendiri ini dibagi menjadi 2 yaitu kuisoner terbuka serta Kuisoner tertutup kuisoner terbuka adalah Kuisoner yang didalamnya ada

terdapat pertanyaan-pertanyaan yang mana dari pertanyaan tersebut jawabannya tidak dibatasi oleh peneliti. Sedangkan untuk kuesioner tertutup yaitu jawabannya sudah dibatasi oleh peneliti sehingga responden atau orang yang jadi subjek penelitian ini biasanya tinggal memilih saja jawaban mana yang paling cocok menurut mereka.

Pertanyaan dalam kuesioner sendiri itu terdapat beberapa pertanyaan yang mana nanti dari pertanyaan tersebut dihasilkan bobot dari tiap pertanyaan kepada responden. Untuk mendapatkan bobot tersebut diperlukan yang biasa disebut skala agar dapat mengukur bobot dari tiap-tiap pertanyaan dan dengan adanya skala ini juga dapat membantu memudahkan responden dalam memilih atau menilai suatu pertanyaan dengan ketentuan skala yang dipilih. Jenis-jenis skala sendiri dibagi menjadi 4 yaitu: skala *likert*, skala *Guttman* dan skala *Thurstone*. Dari ketiga skala tersebut yang sering dijadikan alat ukur yaitu skala *likert*.

Skala penilaian pada kuesioner penelitian ini menggunakan skala *likert* dari skala 1-5 yang terdiri dari 3 skala penilaian yaitu untuk skala penilaian kepentingan, skala penilaian harapan dan skala penilaian kinerja. Untuk mengukur tingkat kepuasan menggunakan metode IPA ini diperlukan alat untuk pembobotan. Pada kuesionernya untuk alat yang digunakan untuk pembobotan yaitu menggunakan skala *likert*. Berikut merupakan nilai dan arti dari skala *likert* secara lebih rinci :

1 Tingkat Kepentingan (*Importance*)

Untuk memberikan arahan kepada konsumen dalam mengevaluasi tingkat kepentingan kualitas layanan, digunakan skala *Likert* yang memiliki rentang nilai dari 1-5.

- 1 : Sangat Tidak Penting
- 2 : Tidak Penting
- 3 : Cukup Penting
- 4 : Penting
- 5 : Sangat Penting

2 Tingkat Harapan

Untuk memberikan arahan kepada konsumen dalam mengevaluasi tingkat Harapan kualitas layanan, digunakan skala *Likert* yang memiliki rentang nilai dari 1-5.

- 1 : Sangat Tidak Bagus
- 2 : Tidak Bagus
- 3 : Cukup Bagus
- 4 : Bagus
- 5 : Sangat Bagus

3 Tingkat Kinerja (*Performance*)

Untuk memberikan arahan kepada konsumen dalam mengevaluasi tingkat kinerja kualitas layanan, digunakan skala *Likert* yang memiliki rentang nilai dari 1-5.

- 1 : Sangat Tidak Puas
- 2 : Tidak Puas
- 3 : Cukup Puas
- 4 : Puas
- 5 : Sangat Puas

2.2.7 Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid itu bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2007). Validitas sendiri ini sangat diperlukan dalam penelitian supaya nanti hasil dari penelitian bisa dipertanggung jawabkan. Intrinya dari pengujian validitas yaitu data yang didapat harus selaras atau sama dengan objek yang diteliti jika dari keduanya tidak sama maka data dikatakan tidak valid.

Kevalidan sebuah data bisa dikatakan valid atau tidak valid tergantung dengan alat ukur yang digunakan. Instrumen alat ukur disini juga penting adanya karena dengan adanya alat ukur maka ada yang dijadikan acuan untuk mengukur sebuah data itu valid atau tidak. Uji Validitas ini dilakukan mempunyai tujuan untuk mengukur korelasi antar variabel dengan skor total variabelnya yang mana

didapat dari masing-masing pertanyaan. Untuk menghitung rumus teknik korelasi product moment, sebagai berikut :

$$r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots(2.1)$$

dimana r : koefisien korelasi *product moment*

X : skor tiap pertanyaan/ item

Y : skor total

N : jumlah responden

Setelah mendapatkan semua korelasi antara setiap pertanyaan dan skor total, nilai-nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai kritikal. Jika koefisien korelasi product moment dari suatu pertanyaan melebihi nilai kritikal, pertanyaan tersebut dianggap signifikan. Uji validitas dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antara subjek pada setiap item pertanyaan dan skor tes yang diperoleh dari kuesioner, menggunakan bantuan (perangkat lunak *SPSS 23 for Windows*).

2.2.8 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian, konsep yang sangat penting adalah uji reliabilitas, yang mengukur seberapa akurat atau akurat suatu alat ukur dalam menghasilkan data. Bayangkan sebuah timbangan; jika hasilnya tidak konsisten setiap kali kita menimbang benda yang sama, timbangan itu tidak dapat diandalkan. Penelitian juga menggunakan instrumen seperti kuesioner atau tes. Jika kuesioner tidak dapat diandalkan, maka jawaban responden untuk berbagai ukuran akan cenderung berbeda, yang membuat hasilnya tidak dapat dipercaya.

Sebuah data memiliki kesamaan dalam waktu yang berbeda atau jika hari ini data A maka besok juga data adalah A (Sugiyono, 2007). Dengan demikian uji reliabilitas sangat diperlukan untuk mengetahui apakah data yang diambil ini adalah data yang reliabel sehingga jika dilakukan pengambilan data lagi hasilnya akan selalu konsisten dan tidak berubah.

Nilai ambang batas reliabilitas biasanya di atas 0,60 (Nunnally, 1978). Tetapi nilai ini dapat berbeda-beda tergantung pada instrumen yang digunakan dan tujuan penelitian. Jika koefisien *alpha Cronbach* penelitian di bawah 0,60,

maka instrumen penelitian harus diperbaiki, seperti mengubah rumus pertanyaan atau mengurangi jumlah item yang tidak reliabel. Dengan memastikan instrumen reliabel, peneliti dapat meningkatkan kualitas penelitian dan menghasilkan hasil yang lebih akurat dan dapat diandalkan.

Sebuah data dinyatakan reliabel ketika data tersebut diuji dan hasilnya relatif sama. Jadi jika diambil data lagi hasil yang diharapkan dari data tersebut yaitu homogenitas tidak ada perbedaan hasil yang signifikan terhadap pengambilan data awal dan pengambilan ulang data.

Tujuan uji reliabilitas adalah untuk mencari reliabilitas dari suatu data yaitu dengan mengoreksi angka korelasinya. Rumus manual untuk mencari kereliebilisan data menurut (Sugiyono, 2007). Dengan pengujian menggunakan teknik *alfa cronbach* sebagai berikut :

$$r_1 = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\} \dots\dots\dots(2.2)$$

Dimana: K : Rata-rata kuadrat antara subjek

$\sum s_i^2$: Rata-rata kuadrat kesalahan

s_t^2 : Varians total

Untuk menentukan keeratan hubungan dari perhitungan koefisien reliabilitas di atas, digunakan kriteria yaitu:

1. kurang dari 0,2 : hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan.
2. 0.20 - < 0.40 : hubungan yang kecil (tidak erat).
3. 0.40 - < 0.70 : hubungan cukup erat.
4. 0.70 - < 0.90 : hubungan yang erat (reliabel).
5. 0.90 - < 1.00 : hubungan sangat erat (sangat reliabel).
6. 1.00 : hubungan yang sempurna

Sama halnya dengan pengujian validitas di atas, pengujian reliabilitas ini juga akan dilakukan dengan menggunakan bantuan software *SPSS 23 for windows*.

2.2.9 Service Quality (SERVQUAL)

Service Quality atau SERVQUAL adalah model yang sering digunakan untuk mengukur dan menganalisis kualitas pelayanan. Model ini diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry pada tahun 1988 dan menjadi salah satu pendekatan paling populer dalam penelitian kualitas pelayanan. SERVQUAL didasarkan pada lima dimensi utama yang mencakup aspek-aspek penting dari pelayanan : (Parasuraman, A; Zeithaml, V A; Berry, 1988)

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Mengacu pada penampilan fisik dari fasilitas, peralatan, personel serta materi komunikasi yang digunakan dalam penyampaian layanan. Ini mengacu pada elemen – elemen yang dapat dilihat atau dirasakan oleh pelanggan.

2. *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan cara yang akurat dan konsisten. Ini mencakup kemampuan perusahaan dalam memenuhi janji yang diberikan kepada pelanggan.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Keinginan dan kesiapan staf untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat. Dimensi ini berfokus pada seberapa cepat dan efektif penyedia layanan dapat merespons permintaan dan keluhan pelanggan.

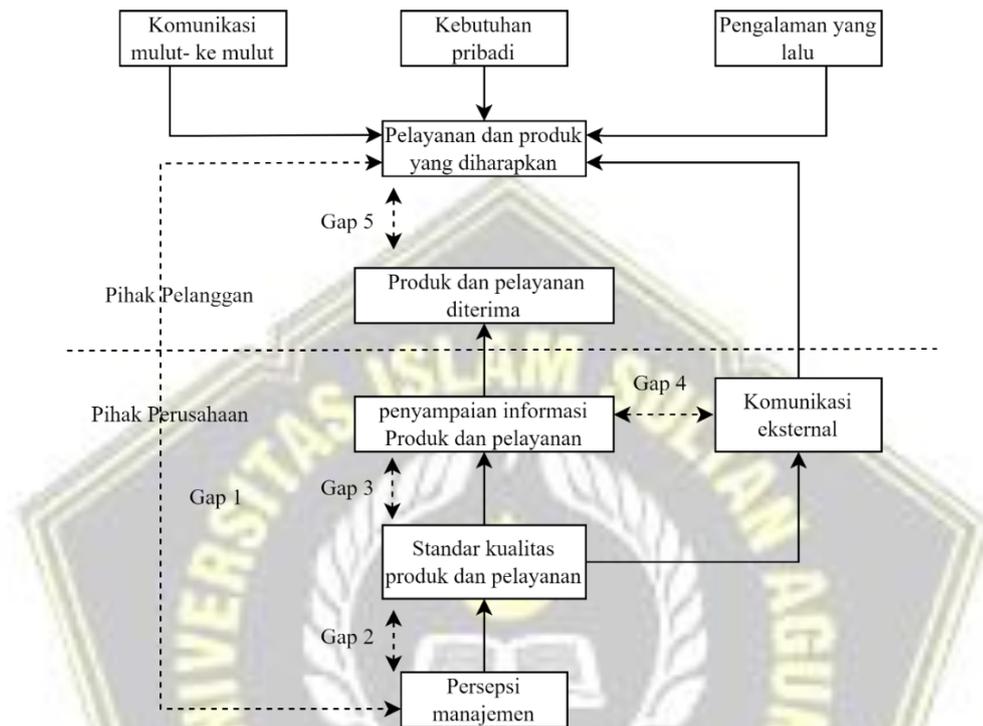
4. *Assurance* (Jaminan)

Pengetahuan dan kesopanan staf serta kemampuan mereka untuk menanamkan kepercayaan dan keyakinan pada pelanggan. Ini mencakup kepercayaan yang diberikan oleh karyawan kepada pelanggan mengenai kemampuan mereka untuk menyelesaikan masalah.

5. *Empathy* (Kepedulian)

Tingkat perhatian yang diberikan oleh penyedia layanan terhadap kebutuhan dan perhatian individu pelanggan. Ini mencakup kemampuan untuk memahami dan merespons kebutuhan pelanggan secara lebih personal.

SERVQUAL menggunakan pendekatan *gap* analisis untuk mengidentifikasi kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Ada lima gap utama yang diidentifikasi dalam model SERVQUAL:



Gambar 2.2 Model Konseptual *Gap SERVQUAL*

1. *Gap 1 (knowledge gap)*
Adanya kesenjangan antara apa yang diinginkan pelanggan dengan apa yang dipikirkan pihak perusahaan pada suatu pelayanan atau produk, artinya ada kesalahpahaman atau kurang pemahannya pihak perusahaan dalam mengartikan keinginan atau harapan para pelanggan.
2. *Gap 2 (Standard gap)*
Kesenjangan antara apa yang pihak perusahaan ketahui mengenai apa yang diinginkan pelanggan dengan standar layanan yang sudah ditetapkan. Bisa dikatakan produk atau layanan tidak memenuhi standar baik itu terlalu tinggi atau terlalu rendah. *Gap* ini terjadi karena tidak memadainya komitmen yang manajemen tetapkan terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, kurang memadainya standarisasi mutu yang

jelas atau dapat juga mutu yang jelas namun tidak realistis serta tidak adanya tujuan.

3. *Gap 3 (Delivery gap)*

Kesenjangan antara standar kualitas pelayanan atau produk yang sudah ditetapkan dengan kinerja dari pelayanan dan produk secara aktual. *Gap* ini mengartikan bahwa spesifikasi kualitas tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan penyampaian jasa. Banyak hal yang menjadi penyebab hal tersebut terjadi, contohnya seperti spesifikasi kualitas terlalu rumit bagi karyawan, manajemen operasi jasa yang buruk, kurang terlatihnya karyawan, beban kerja yang terlalu tinggi, teknologi dan sistem yang tidak membantu dan berbagai hal lainnya.

4. *Gap 4 (Communication gap)*

Kesenjangan antara kinerja aktual baik itu produk maupun pelayanan terhadap apa yang dikomunikasikan kepada pelanggan. *Gap* ini dapat diartikan bahwa janji janji yang telah disampaikan melalui komunikasi pada saat pemasaran tidak konsisten dengan jasa yang disampaikan kepada para pelanggan. Penyebabnya dapat berupa kurangnya koordinasi antara tim pemasaran eksternal dan operasi jasa, cenderung memberikan janji yang berlebihan sehingga ekspektasi pelanggan tinggi dan berbagai hal lainnya.

5. *Gap 5 (Customer gap)*

Adanya kesenjangan antara persepsi dan juga kinerja baik itu kualitas pelayanan ataupun kualitas produk. Jika pelayanan atau kualitas produk yang diterima oleh para pelanggan sama atau bahkan lebih baik daripada pelayanan yang diharapkan, maka dapat dikatakan perusahaan mendapatkan citra dan dampak positif. Sebaliknya jika pelayanan atau kualitas produk yang diterima oleh para pelanggan terdapat kekurangan atau lebih rendah daripada pelayanan yang diharapkan, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut mendapatkan permasalahan seperti citra yang buruk bagi perusahaan dan berbagai hal lainnya.

Metode *Servqual* meminta konsumen menilai menggunakan skala *Likert* dalam proses penilaian dari tingkat sangat tidak setuju sampai sangat setuju mengenai kinerja layanan yang diujikan. Hasil penilaian tersebut akan menunjukkan *gap* (kesenjangan) antara persepsi dari pelanggan dikurangi dengan nilai ekspektasi atau harapan dari pelanggan.

Secara umum berikut ini merupakan tahapan dalam perhitungan metode *servqual* secara umum yaitu :

- a. Menghitung *mean* persepsi dan harapan
Dimana pada tahapan ini menghitung skor rata rata tiap atribut variabel persepsi dan harapan
- b. Perhitungan nilai *servqual* (*gap*)
Dimana pada tahapan ini menghitung nilai *servqual* dengan cara mengurangi nilai rata rata persepsi aktual dengan nilai rata rata harapan responden.

$$\text{Skor Servqual} = P - E \quad \dots\dots\dots(2.3)$$

Keterangan :

P : Nilai Persepsi

E : Nilai Ekspektasi/harapan

Secara rinci perhitungan *servqual* memiliki beberapa rumus perhitungan yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan yaitu antara lain :

Tabel 2.3 Persamaan Matematis Operasionalisasi Kualitas Jasa

No	Operasionalisasi Kualitas Jasa	Persamaan Matematis
1	Kualitas Jasa = Persepsi	$Q = \sum(P_i)$
2	Kualitas Jasa = Ideal – Persepsi	$Q = \sum (I_{d_i} - P_i)$
3	Kualitas Jasa = Tingkat Kepentingan x Persepsi	$Q = \sum I (I_i \times P_{i...})$
4	Kualitas Jasa = Tingkat kepentingan x (Ideal – Persepsi)	$Q = \sum I_{...} (I_{d_i} - P_i)$
5	Kualitas Jasa = Tingkat kepentingan – Persepsi	$Q = \sum (I_i - P_i)$
6	Kualitas Jasa = Tingkat Kepentingan x (Harapan – Persepsi)	$Q = \sum I_i (E_i - P_i)$
7	Kualitas Jasa = Harapan - Persepsi	$Q = \sum (E_i - P_i)$

Langkah-langkah dalam mencari nilai *gap* ada beberapa langkah berikut merupakan langkah-langkah dalam mencari nilai *gap* untuk mengetahui nilai *servqual* dari tiap-tiap dimensi menurut (Hadining, 2020)

1. Mencari nilai rata-rata tiap atribut baik harapan dan kinerja dengan cara membagi total nilai atribut dengan total responden yang ada.

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=0}^n X_i}{n} \dots\dots\dots(2.4)$$

$$\bar{Z}_i = \frac{\sum_{i=0}^n Z_i}{n} \dots\dots\dots(2.5)$$

dimana :

\bar{X}_i = Rata-rata nilai harapan ke -i

\bar{Z}_i = Rata-rata nilai kinerja ke -i

n = Jumlah Konsumen

X_i = Nilai Harapan atribut ke-i

Z_i = Nilai Kinerja atribut ke-i

2. Selanjutnya mencari nilai *gap* nya dengan cara mengurangi nilai rata-rata kinerja di tiap atribut dengan nilai rata-rata harapan yang ada.

$$SG = \bar{X}_i - \bar{Z}_i \dots\dots\dots(2.6)$$

Keterangan:

SG : *Score GAP*

\bar{X}_i : Rata - rata nilai tingkat kinerja ke - i

\bar{Z}_i : Rata - rata nilai tingkat harapan ke - i

3. Mengetahui nilai rata-rata di tiap dimensinya, tiap atribut di dalam satu dimensi ditotal terus dibagi jumlah atributnya sehingga nilai rata-rata *gap* di tiap dimensinya akan diketahui. Jika nilai rata rata *gap* nya bernilai positif, artinya pelanggan merasa puas dengan kinerja pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sebaliknya, jika rata rata *gap* nya bernilai negatif, artinya pelanggan belum merasa puas terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

2.2.10 Importance Performance Analysis (IPA)

Metode analisis *Importance-performance*, juga dikenal sebagai *Importance Performance Analysis (IPA)*, pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James. IPA digunakan sebagai kerangka kerja yang digunakan untuk

mengevaluasi atribut-atribut produk. Sebuah rangkaian atribut yang terkait dengan layanan khusus dinilai berdasarkan tingkat kepentingan yang diberikan oleh konsumen untuk setiap atribut, serta bagaimana kinerja layanan tersebut dipandang dalam kaitannya dengan setiap atribut tersebut. Analisis ini membantu dalam memahami preferensi konsumen terhadap produk atau layanan. Analisis ini berguna untuk preferensi perbandingan antara penilaian konsumen dengan kualitas layanan yang ada.

Importance Performance Analysis (IPA) Merupakan sebuah instrumen yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana kinerja atau pelayanan yang dirasakan oleh pengguna jasa sejalan dengan tingkat kepuasan yang diharapkan. Skala *Likert* dengan lima tingkat digunakan untuk menilai tingkat kepentingan dan kepuasan/kinerja responden terhadap pertanyaan tersebut.

Untuk menentukan *Importance Performance Analysis* (IPA) ada langkah-langkah yang harus dilakukan. Berikut merupakan langkah-langkah untuk menentukan nilai IPA (Musrida, 2022) :

1. Menentukan tingkat kesesuaian

Mencari nilai dari tingkat kesesuaian kepentingan dan kinerja dicari dengan membandingkan antara skor kinerja dengan skor kepentingan dengan rumus sebagai berikut :

$$T_{ki} = \frac{x_i}{y_i} \dots\dots\dots(2.7)$$

Keterangan:

T_{ki} : Tingkat kesesuaian

X_i : Skor penilaian kinerja

Y_i : Skor penilaian kepentingan

2. Menghitung nilai rata-rata dari persepsi konsumen

Nilai ini didapat dari menghitung rata-rata dari persepsi konsumen dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{x}_i = \frac{\sum \bar{x}_i}{n} \dots\dots\dots(2.8) \qquad \bar{y}_i = \frac{\sum \bar{y}_i}{n} \dots\dots\dots(2.9)$$

Keterangan:

\bar{x}_l : Skor rata-rata tingkat kinerja produk

\bar{y}_l : Skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap produk

n : Jumlah responden

3. Menghitung rata-rata keseluruhan atribut tingkat kepentingan serta kinerja

Nilai dari masing masing dari rata-rata skor tingkat kinerja dan rata-rata skor tingkat kepentingan

$$\bar{x} = \frac{\sum \bar{x}_l}{k} \dots\dots\dots(2.10) \quad \bar{y} = \frac{\sum \bar{y}_l}{k} \dots\dots\dots(2.11)$$

Keterangan:

\bar{x} : Rata-rata skor tingkat kinerja jasa seluruh atribut

\bar{y} : Rata-rata skor tingkat kepentingan jasa seluruh atribut

k : Banyaknya atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

4. Penempatan pada diagram kartasius

Diagram kartesius sendiri memiliki fungsi untuk menentukan letak atribut pada kuadran berapa pada diagram kartesius untuk gambarnya sebagai berikut:



Gambar 2.3 Diagram Kertasius

1. Kuadran I

Meskipun konsumen menganggap atribut-atribut produk penting, kepuasan mereka terhadap kualitas penyewaan gudang tersebut rendah. Sebagai hasilnya, konsumen menuntut perbaikan pada atribut-atribut

tersebut. Perusahaan perlu berusaha meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengelola atribut-atribut tersebut secara efektif untuk mencapai kepuasan konsumen yang diinginkan.

2. Kuadran II

Dalam keadaan ini, atribut-atribut produk penyewaan gudang dinilai tinggi oleh konsumen dalam hal kepentingan dan kepuasan. Perusahaan perlu mempertahankan posisinya dengan baik karena atribut-atribut ini telah berhasil menarik perhatian konsumen.

3. Kuadran III

Dalam keadaan ini, meskipun atribut-atribut produk perusahaan penyewaan gudang dianggap kurang penting oleh konsumen, tingkat kepuasan konsumen masih kurang baik. Namun, konsumen cenderung mengabaikan atribut-atribut yang berada pada posisi ini.

4. Kuadran VI

Dalam keadaan ini, meskipun atribut-atribut produk dianggap kurang penting oleh konsumen dari segi kepentingan, namun dari segi tingkat kepuasan, konsumen merasa sangat puas.

2.3 Hipotesa Dan Kerangka Teoritis

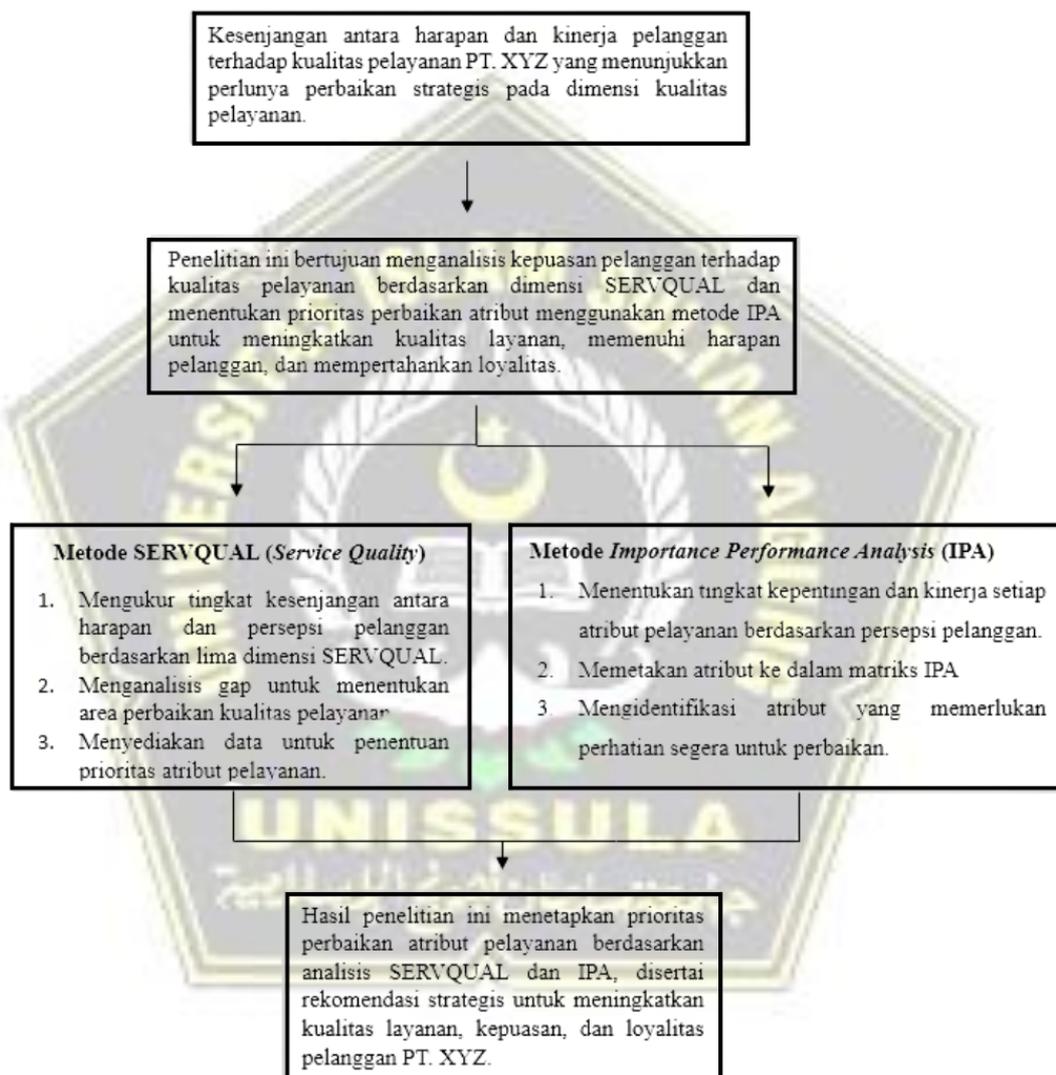
2.3.1 Hipotesa

Hipotesa yang dapat diambil dalam penelitian ini berdasarkan penelitian penelitian yang sebelumnya telah dilakukan dengan melakukan analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Important Performance Analysis* dengan judul penelitian “Analisa kepuasan terhadap kulaitas pelayanan jasa penyewaan gudang menggunakan metode *Service Quality* dan *Important Performance Analysis* (studi kasus: PT. XYZ) sehingga mengetahui atribut atribut pelayanan apa saja yang perlu diprioritaskan untuk ditingkatkan melalui kelima dimensi servqual yakni *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* serta dapat mengetahui keseluruhan atribut yang masuk kedalam masing masing kuadran

untuk diprioritaskan melakukan perbaikan pada diagram kartesius setelah menggunakan metode *Important Performance Analysis*.

2.3.2 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis merupakan hal yang penting dalam penelitian karena didalamnya menyajikan hubungan antar konsep-konsep yang telah dibuat. Berikut ini merupakan kerangka teoritis penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.4 Kerangka Teoritis

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pengumpulan Data

Pada dasarnya pengumpulan data pada penelitian ini terbagi menjadi dua jenis yaitu sebagai berikut :

a. **Data primer**

Data primer pada penelitian ini berasal dari penyebaran kuesioner kepada para pelanggan penyewaan gudang yang didalamnya terdapat 3 penilaian yang akan dinilai yaitu ada penilaian dari segi harapan, kepentingan dan kinerja.

b. **Data Sekunder**

Data sekunder ini biasanya didapatkan secara tidak langsung baik dari catatan, informasi atau laporan historis dari perusahaan. Informasi tambahan yang didapat secara tidak langsung dari berbagai sumber-sumber lain. Untuk data pada penelitian ini yang diambil yaitu data gudang yang disewakan, data penyewa gudang, data kuesioner terdahulu yang dilakukan oleh perusahaan dan data keluhan penyewa gudang

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Berikut merupakan tahap pengumpulan data yang diperlukan guna menyelesaikan permasalahan pada penelitian ini :

a. **Observasi**

Tahap observasi merupakan tahap pengumpulan data dimana peneliti mendatangi langsung dan melakukan pengamatan pada PT. XYZ

b. **Wawancara**

Tahap pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan atau dialog langsung dengan karyawan PT. XYZ sehingga data awal penelitian bisa kita dapat atau secara garis besar kita sudah tau apa masalah dari perusahaan makan tersebut.

c. Penyebaran Kuesioner

Teknik selanjutnya yaitu penyebaran kuesioner yang telah dibuat lalu diberikan kepada para pelanggan, sehingga nantinya akan dapat data yang diperlukan untuk melakukan pengolahan data. Kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup dan sampel yang diambil menggunakan teknik *non random sampling/non probability sampling* dimana secara spesifik teknik yang digunakan yaitu *total sampling* atau teknik sampel jenuh dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel penelitian.

3.3 Pengolahan Data

Pengolahan data sendiri dilakukan untuk mendapatkan hasil dimana hasil tersebut menjadi sumber yang kuat dari penelitian ini. Adapun beberapa pengolahan data yang dilakukan yakni :

a. Penentuan Sampel

Teknik pengambilan sampel sendiri terdiri dari dua macam teknik yaitu *random sampling* dan *non random sampling/non probability sampling*. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non random sampling/non probability sampling* dimana secara spesifik teknik yang digunakan yaitu *total sampling* atau teknik sampel jenuh dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel penelitian.

b. Penyusunan Kuesioner

Tahapan penyusunan kuesioner ini memiliki tujuan untuk mengetahui atribut atribut apa saja yang akan ditanyakan kepada para pelanggan terkait kualitas pelayanan jasa penyewaan gudang, yang dimana didalamnya terdiri dari 5 dimensi utama *servqual* yakni *tangibles, responsiveness, empathy, assurance* dan *reliability*.

c. Penyebaran Kuesioner

Setelah menyusun kuesioner, selanjutnya yaitu melakukan penyebaran kuesioner kepada para pelanggan sesuai dengan sampel yang telah ditentukan.

d. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pada uji validitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen pertanyaan pada kuesioner penelitian ini valid dan sesuai dengan apa yang seharusnya diukur. Karena instrumen atau kuesioner ini nantinya akan menjadi alat pengumpul data. Sehingga perlu dipastikan apakah alat ukur benar-benar valid atau tidak.

Untuk uji reliabilitas sendiri bertujuan untuk mengukur apakah alat ukur dalam penelitian bisa dipercaya atau diandalkan. Jika nanti alat ukur digunakan lagi hasil dari alat ukur tersebut cenderung konsisten. Dengan begitu alat ukur bisa dikatakan reliabel.

e. Pengolahan *Service Quality*

Service Quality menggunakan pendekatan *gap analysis* untuk mengidentifikasi kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima.

f. Pengolahan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) membantu mengidentifikasi atribut atribut kuesioner tersebut berada di area mana dalam diagram kartesius sehingga dapat menentukan prioritas tindakan perbaikan dan di mana sumber daya harus dialokasikan.

3.4 Pengujian Hipotesa Awal

Hipotesa awal pada penelitian ini yakni setelah menggunakan kedua metode yaitu *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* dimana apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan setelah menyewa gudang pada PT. XYZ berdasarkan kelima dimensi *servqual* yaitu *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance* dan *Emphaty* serta dapat mengetahui keseluruhan atribut yang masuk kedalam masing masing kuadran. Kemudian dapat memberikan usulan perbaikan terhadap masalah kepuasan pelanggan tersebut.

3.5 Pembahasan Dan Analisa Awal

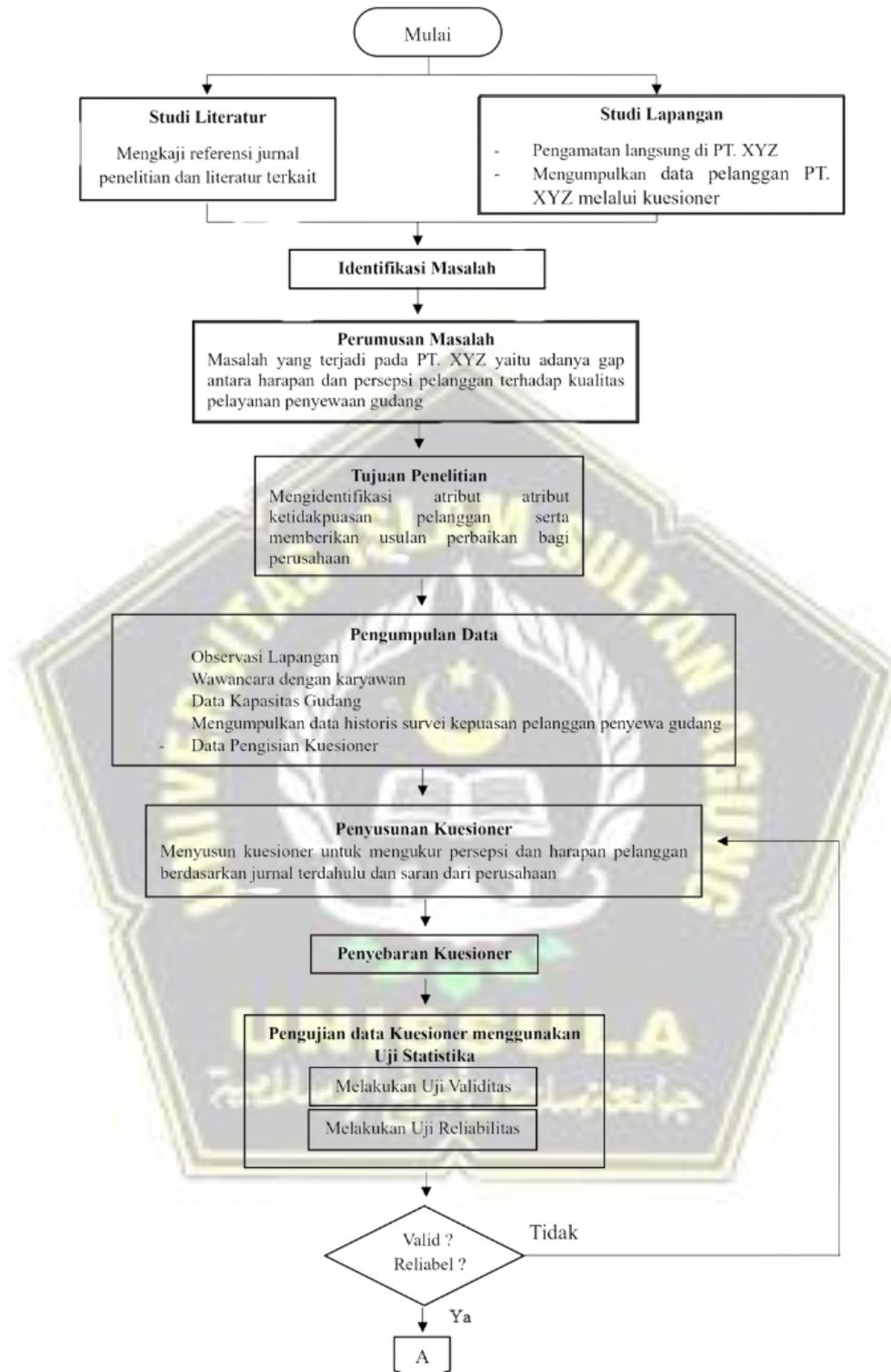
Setelah dilakukan pengolahan data, tahapan penting selanjutnya yaitu melakukan analisa dan pembahasan. Tahapan pembahasan dan analisa yang pertama yaitu menggunakan metode *Service Quality* yang berisikan hasil perhitungan untuk mencari nilai *gap* pada nilai harapan dan nilai kinerja dari segi pelayanan jasa penyewaan gudang. Selanjutnya pembahasan dan analisa yang kedua yakni menggunakan metode *Imprtance Performance Analysis* yang dimana hal tersebut menggunakan perhitungan rata rata untuk mengetahui titik koordinat masing masing atribut pada diagram kartesius sehingga dapat diklasifikasikan.

3.6 Kesimpulan Awal

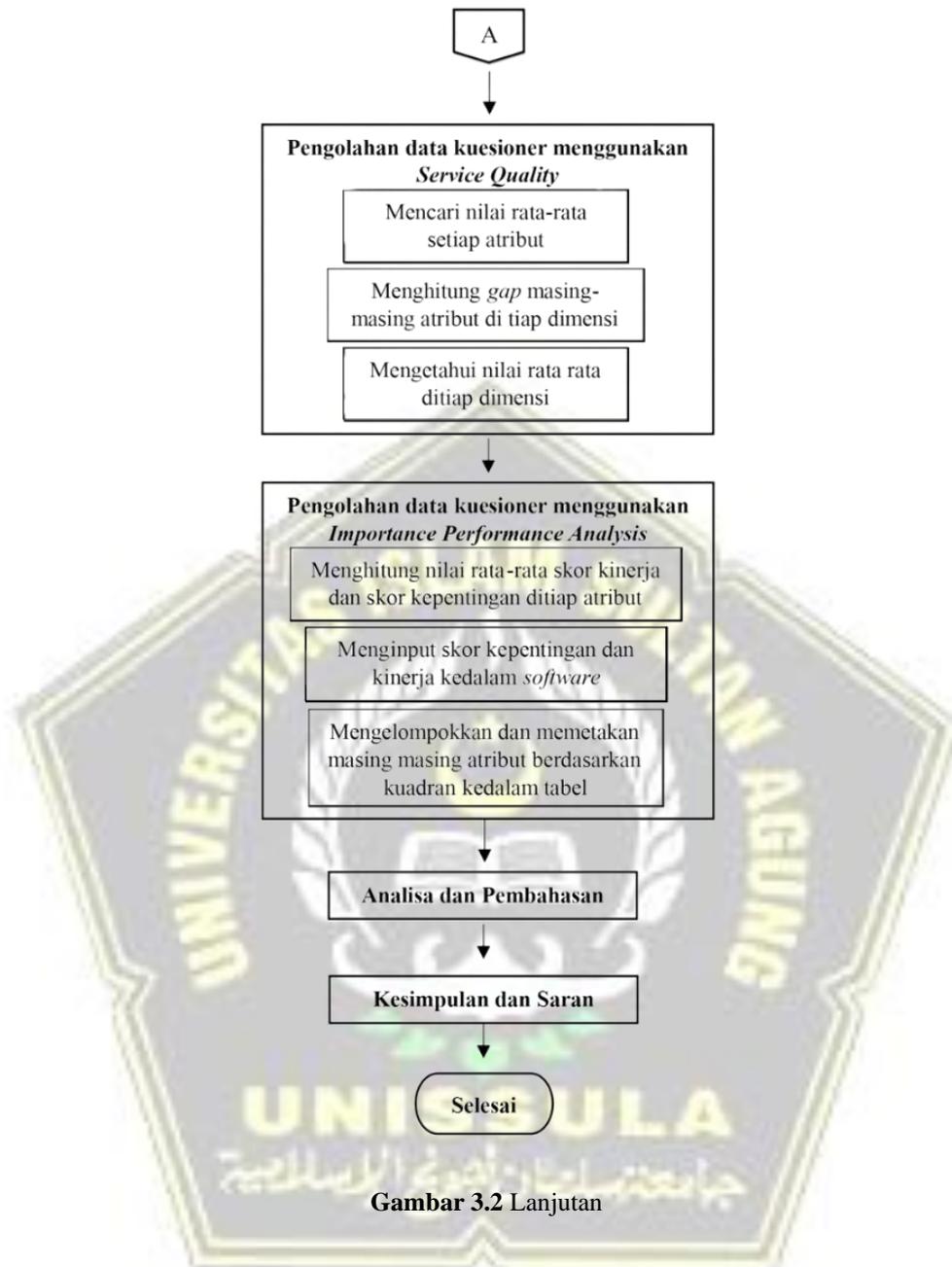
Langkah terakhir didalam penelitian ini yaitu menentukan kesimpulan dan memberikan saran terhadap semua hasil yang telah dikumpulkan dan diolah setelah menggunakan kedua metode. Kesimpulan sendiri berisikan hasil dari penelitian secara singkat atas masalah yang diangkat pada penelitian. Sedangkan saran sendiri diperlukan untuk membantu pihak pihak terkait untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

3.7 Diagram Alir

Pada penelitian dimulai dari melakukan studi literatur dan melakukan studi lapangan, lalu mengidentifikasi masalah yang ada, lalu pengumpulan data kemudian pengolahan. Tahapan selanjutnya yaitu analisis dan diakhiri dengan memberikan kesimpulan dan saran yang secara lebih rinci terdapat pada diagram dibawah ini :



Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian



Gambar 3.2 Lanjutan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Profil PT. XYZ

PT. XYZ adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang logistik dan penyewaan gudang yang terletak di daerah Cilegon, Banten. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1980 an dan menjadi pusat lokasi industri hulu dan hilir industri baja, kimia dan petrokimia. Karena lokasi perusahaan cukup dengan pelabuhan, maka hal ini menjadi salah satu keuntungan perusahaan dimana lokasinya tergolong strategis dan mudah untuk dijangkau dari pelabuhan. Selain itu fasilitas yang diberikan oleh perusahaan juga beragam dan infrastrukturnya juga tersedia dengan baik.

Secara umum perusahaan ini dilengkapi dengan berbagai infrastruktur dan pelayanan yang memadai untuk melayani kebutuhan bisnis dan industri seperti produk kawasan industri sesuai kebutuhan (contohnya seperti lahan industri, penyewaan gudang industri dan lain lain), utilitas yang dapat diandalkan sepenuhnya, kawasan perumahan dan komersil (contohnya seperti adanya kawasan *real estate* dan perumahan, hotel, lapangan golf dan sebagainya) serta layanan logistik.

Perusahaan ini menyediakan jasa layanan penyewaan pergudangan untuk berbagai keperluan pelanggan, seperti penyimpanan barang retail, manufaktur, dan distribusi. Perusahaan ini sendiri memiliki berbagai kawasan industri, contohnya seperti kawasan industri A, kawasan industri B dan sebagainya yang pada masing-masing kawasan tersebut memiliki jumlah dan ukuran gudang yang berbeda - beda.

Perusahaan cukup sering melakukan survei kepuasan pelanggan menggunakan kuesioner untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan kepada para pelanggan. Perusahaan sendiri sudah menetapkan target tingkat kepuasan dimana nilai tersebut didapatkan berdasarkan hasil audit yang dilakukan oleh perusahaan dan juga mempertimbangkan pendapat ahli. Target kepuasan 7.5

dari 10 memberikan nilai yang realistis dan memungkinkan perusahaan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan dengan lebih baik tanpa berusaha mencapai hasil yang tidak mungkin. Jika perusahaan menargetkan angka yang terlalu tinggi, seperti 9 atau 10, hal tersebut tidak realistis, karena selalu ada faktor yang tidak dapat dikendalikan yang mempengaruhi pengalaman pelanggan (Kotler and Keller, 2016).

4.1.2 Penentuan Ukuran sampel

Untuk menentukan sampel kita harus menentukan teknik apa yang kita ambil. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yang secara lebih detail menggunakan *total sampling* atau Teknik sampel jenuh yang dimana semua populasi dijadikan sampel.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian kali menggunakan seluruh populasi sebagai sampel dengan responden sebanyak 12 sampel. Adapun ketentuan responden yakni ketentuan umur diatas 18 tahun karena dianggap sudah memiliki kapasitas hukum untuk memberikan persetujuan yang sah (Creswell, 2014). Serta minimal 1 kali pernah melakukan penyewaan gudang karena dianggap sudah memiliki pengetahuan praktis yang cukup untuk memberikan informasi yang lebih akurat dan berbasis pengalaman nyata mengenai proses penyewaan gudang, keputusan yang diambil serta faktor faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut (Sekaran, 2003). Hasil dari kuesioner ini nantinya akan diuji terlebih dahulu dengan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui apakah kuesioner ini layak untuk dijadikan alat ukur.

4.1.3 Gambaran Responden

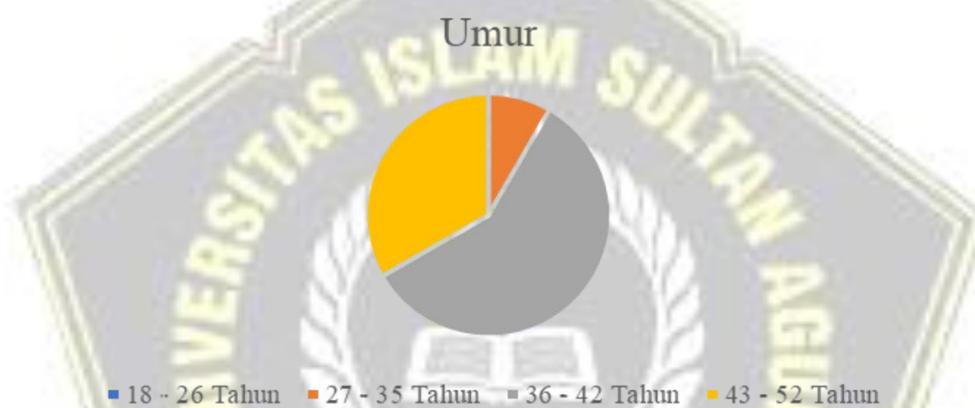
Responden dalam penelitian ini diambil dari pelanggan PT. XYZ yang pernah menggunakan layanan penyewaan gudang minimal satu kali. Kuesioner ini disebarkan dengan metode secara langsung menggunakan kuesioner berbentuk cetak yang diisi langsung oleh responden. Berdasarkan perhitungan ukuran sampel, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 12 responden. Berikut adalah data karakteristik pelanggan PT. XYZ yang menjadi responden penelitian:

1. Karakteristik Berdasarkan Umur

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Kuesioner Berdasarkan Umur

No	Karakteristik Responden	Kelompok	Jumlah	Presentase(%)
1	Umur	18-26 tahun	0	0%
		27-35 tahun	1	8,3%
		36-42 tahun	7	58,3%
		43-52 tahun	4	33,3%

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2025



Gambar 4.1 Diagram Lingkaran Karakteristik Umur

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan kepada 12 orang responden terkait penyewaan gudang di PT. XYZ terhadap karakteristik umur pelanggan didapatkan persentase umur 18 – 26 tahun sebanyak 0 orang atau sebesar 0%, umur 27 – 35 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 8,3%, umur 36 – 42 tahun sebanyak 7 orang atau sebesar 58,3 % dan untuk umur 43 – 52 tahun didapatkan 4 orang atau sebesar 33,3% dari keseluruhan populasi.

2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Karakteristik Responden	Kelompok	Jumlah	Presentase(%)
2	Jenis Kelamin	Laki-laki	12	100%
		Perempuan	0	0%

Sumber : Data Kuesioner diolah, 2025



Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Karakteristik Jenis Kelamin

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan kepada 12 orang responden terkait penyewaan gudang di PT. XYZ terhadap karakteristik jenis kelamin pelanggan didapatkan data jumlah kelamin laki laki sebanyak 12 orang atau sebesar 100% dan untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 0 orang atau sebesar 0% dari keseluruhan populasi.

4.2 Atribut Kuesioner

Atribut kuesioner dalam penelitian ini dengan 1 aspek penilaian yaitu dari segi kualitas pelayanan. Atribut kuesioner ini didapatkan dari pengamatan lapangan dan juga beberapa referensi jurnal dan buku. Berikut merupakan atribut kuesioner yang terdiri dari atribut kualitas pelayanan.

4.2.1 Penyusunan Kuesioner Pelayanan

Atribut kualitas pelayanan untuk kuesioner penelitian ini terdiri dari 5 dimensi servqual dan dengan 25 rancangan atribut pertanyaan. Penentuan atribut sendiri merupakan tahap dari identifikasi dengan diberikan kode P1 sampai P25. Untuk uraian atribut pertanyaan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3 Atribut Kualitas Pelayanan

Kode Atribut	Dimensi	Pernyataan	Referensi
P1	<i>Tangibles</i> (bukti langsung)	Ketersediaan lahan parkir luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P2		Kebersihan area gudang dan lingkungan sekitar	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P3		Pencahayaan di dalam gudang	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ

Kode Atribut	Dimensi	Pernyataan	Referensi
P4		Fasilitas alat pemadam kebakaran di area gudang	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P5		Kualitas jalan di area pergudangan	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P6		Kualitas penerangan pada jalan umum area pergudangan	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P7		Area penghijauan disekitar area pergudangan	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P8		Suplai air bersih untuk area pergudangan	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P9		Suplai Listrik untuk area pergudangan	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P10		<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan
P11	Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang ditanyakan oleh pelanggan		Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P12	Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat		(Saidatuningtyas & Rizal, 2024)
P13	Perusahaan dapat dipercaya dan diandalkan dalam menangani masalah		(Saidatuningtyas & Rizal, 2024)
P14	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Kecepatan karyawan dalam melayani transaksi pelanggan	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P15		Ketanggapan karyawan dalam menghadapi keluhan pelanggan	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P16		Ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi terkait gudang kepada pelanggan	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P17		Karyawan menerapkan prosedur K3 di area pergudangan	(Saidatuningtyas & Rizal, 2024)
P18	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai oleh penyewa	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P19		Keamanan area gudang	(Saidatuningtyas & Rizal, 2024)
P20		Kualitas Bangunan gudang	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P21		Karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan	(Saidatuningtyas & Rizal, 2024)
P22	Empati dalam melayani	Kesungguhan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	Kuesioner Kepuasan PT. XYZ
P23		Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	(Saidatuningtyas & Rizal, 2024)
P24		Karyawan komunikatif dengan pelanggan (dapat	(Saidatuningtyas & Rizal, 2024)

Kode Atribut	Dimensi	Pernyataan	Referensi
		berkomunikasi dengan baik)	2024)
P25		Karyawan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	(Saidatuningtyas & Rizal, 2024)

4.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Selanjutnya setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada para pelanggan, maka kita akan mendapatkan data yang kemudian data tersebut akan dilakukan uji yakni uji validitas dan uji reliabilitas.

4.3.1 Uji Validitas

Uji Validitas sendiri digunakan untuk pengukuran atau pengujian valid atau tidaknya suatu atribut kuesioner. Uji validitas kali ini menggunakan bantuan *software SPSS Statistics* dengan menggunakan ketentuan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan jumlah responden kuesioner sebanyak 12 responden, sehingga didapatkan angka R_{tabel} nya yaitu $df = 12 - 2 = 10$ yang jika hal tersebut dikonversikan kedalam R_{tabel} yakni sebesar 0,576. Jika R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} , maka dapat dikatakan atribut kuesioner tersebut valid. Sebaliknya jika R_{hitung} lebih kecil daripada R_{tabel} , maka dapat dikatakan atribut kuesioner tersebut tidak valid.

Sebagai contoh berikut ini perhitungan uji validitas yang dilakukan antara lain sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \\
 r &= \frac{12 (5278) - (51)(1217)}{\sqrt{[12 (229) - (51)^2][12 (125673) - (1217)^2]}} \\
 r &= \frac{63336 - 62067}{\sqrt{[(2748) - (2601)][(1508076) - (1481089)]}} \\
 r &= \frac{1269}{\sqrt{(147)(26987)}} \\
 r &= \frac{1269}{\sqrt{3967089}}
 \end{aligned}$$

$$r = \frac{1269}{1991,75526}$$

$$r = 0,637 \text{ (valid karena } > R_{\text{tabel}} \text{ yaitu } 0,576)$$

Secara rinci berikut ini perhitungan semua atribut yang ada pada kuesioner yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.4 Uji Validitas Kuesioner Tingkat Kepentingan

Kode Atribut	R _{tabel}	R _{hitung}	Keterangan
P1	0,576	0,637	Valid
P2	0,576	0,719	Valid
P3	0,576	0,831	Valid
P4	0,576	0,679	Valid
P5	0,576	0,839	Valid
P6	0,576	0,682	Valid
P7	0,576	0,614	Valid
P8	0,576	0,596	Valid
P9	0,576	0,630	Valid
P10	0,576	0,648	Valid
P11	0,576	0,614	Valid
P12	0,576	0,710	Valid
P13	0,576	0,767	Valid
P14	0,576	0,914	Valid
P15	0,576	0,783	Valid
P16	0,576	0,783	Valid
P17	0,576	0,652	Valid
P18	0,576	0,806	Valid
P19	0,576	0,600	Valid
P20	0,576	0,584	Valid
P21	0,576	0,686	Valid
P22	0,576	0,672	Valid
P23	0,576	0,653	Valid
P24	0,576	0,593	Valid
P25	0,576	0,626	Valid

Sumber : data kuesioner diolah dengan *software SPSS*, 2025

Berdasarkan tabel 4.4 yang berisikan data kuesioner tingkat kepentingan yang sudah diolah menggunakan *software SPSS*, didapatkan semua atribut yang dimulai dari atribut P1 hingga P25 dinyatakan valid karena semua nilai R_{hitung} melebihi nilai dari R_{tabel} yakni 0,576, sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen atribut dalam kuesioner sudah valid dan dapat digunakan.

Tabel 4.5 Uji Validitas Kuesioner Tingkat Harapan

Kode Atribut	R_{tabel}	R_{hitung}	Keterangan
P1	0,576	0,800	Valid
P2	0,576	0,593	Valid
P3	0,576	0,847	Valid
P4	0,576	0,801	Valid
P5	0,576	0,763	Valid
P6	0,576	0,706	Valid
P7	0,576	0,627	Valid
P8	0,576	0,684	Valid
P9	0,576	0,705	Valid
P10	0,576	0,875	Valid
P11	0,576	0,747	Valid
P12	0,576	0,638	Valid
P13	0,576	0,713	Valid
P14	0,576	0,658	Valid
P15	0,576	0,676	Valid
P16	0,576	0,713	Valid
P17	0,576	0,727	Valid
P18	0,576	0,831	Valid
P19	0,576	0,675	Valid
P20	0,576	0,710	Valid
P21	0,576	0,638	Valid
P22	0,576	0,791	Valid
P23	0,576	0,745	Valid
P24	0,576	0,771	Valid
P25	0,576	0,804	Valid

Sumber : data kuesioner diolah dengan *software SPSS*, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 yang berisikan data kuesioner tingkat harapan yang sudah diolah menggunakan *software SPSS*, didapatkan semua atribut yang dimulai dari atribut P1 hingga P25 dinyatakan valid karena semua nilai R_{hitung} melebihi nilai dari R_{tabel} yakni 0,576, sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen atribut dalam kuesioner sudah valid dan dapat digunakan.

Tabel 4.6 Uji Validitas Kuesioner Tingkat Kinerja

Kode Atribut	R_{tabel}	R_{hitung}	Keterangan
P1	0,576	0,780	Valid
P2	0,576	0,641	Valid
P3	0,576	0,789	Valid
P4	0,576	0,592	Valid
P5	0,576	0,889	Valid
P6	0,576	0,674	Valid
P7	0,576	0,672	Valid
P8	0,576	0,677	Valid
P9	0,576	0,78	Valid
P10	0,576	0,624	Valid
P11	0,576	0,626	Valid
P12	0,576	0,752	Valid
P13	0,576	0,611	Valid
P14	0,576	0,766	Valid
P15	0,576	0,747	Valid
P16	0,576	0,756	Valid
P17	0,576	0,799	Valid
P18	0,576	0,636	Valid
P19	0,576	0,890	Valid
P20	0,576	0,899	Valid
P21	0,576	0,627	Valid
P22	0,576	0,746	Valid
P23	0,576	0,749	Valid
P24	0,576	0,643	Valid
P25	0,576	0,740	Valid

Sumber : data kuesioner diolah dengan *software SPSS*, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 yang berisikan data kuesioner tingkat kinerja yang sudah diolah menggunakan *software SPSS*, didapatkan bahwa semua atribut yang dimulai dari atribut P1 hingga P25 dinyatakan valid karena semua nilai R_{hitung} melebihi nilai dari R_{tabel} yakni 0,576, sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen atribut dalam kuesioner sudah valid dan dapat digunakan.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Dengan melakukan uji reliabilitas ini dapat menguji kelayakan kuesioner apakah sudah layak atau belum sebagai alat pengumpul data. Berikut ini merupakan perhitungan uji reliabilitas yang menggunakan *software SPSS* dengan melakukan uji statistik koefisien reliabilitas *cronbach alpha* > 0,60 yaitu sebagai berikut :

$$r = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Langkah 1

Mencari nilai jumlah varians dari setiap atribut pertanyaan kuesioner lalu dijumlahkan semuanya

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

$$S_1^2 = \frac{229 - \frac{2601}{12}}{12} = \frac{49}{48} = 1,020$$

$$S_6^2 = \frac{209 - \frac{2401}{12}}{12} = \frac{107}{144} = 0,743$$

$$S_2^2 = \frac{173 - \frac{2025}{12}}{12} = \frac{17}{48} = 0,354$$

$$S_7^2 = \frac{223 - \frac{2601}{12}}{12} = \frac{25}{48} = 0,520$$

$$S_3^2 = \frac{189 - \frac{2209}{12}}{12}$$

$$S_8^2 = \frac{200 - \frac{2304}{12}}{12}$$

$$= \frac{59}{144} = 0,409$$

$$= \frac{2}{3} = 0,666$$

$$S_4^2 = \frac{195 - \frac{2209}{12}}{12}$$

$$S_9^2 = \frac{207 - \frac{2401}{12}}{12}$$

$$= \frac{131}{144} = 0,909$$

$$= \frac{83}{144} = 0,576$$

$$S_5^2 = \frac{216 - \frac{2500}{12}}{12}$$

$$S_{10}^2 = \frac{230 - \frac{2704}{12}}{12}$$

$$= \frac{23}{36} = 0,638$$

$$= \frac{7}{18} = 0,388$$

$$S_{11}^2 = \frac{205 - \frac{2401}{12}}{12}$$

$$S_{19}^2 = \frac{202 - \frac{2304}{12}}{12}$$

$$= \frac{59}{144} = 0,409$$

$$= \frac{5}{6} = 0,833$$

$$S_{12}^2 = \frac{216 - \frac{2500}{12}}{12}$$

$$S_{20}^2 = \frac{218 - \frac{2500}{12}}{12}$$

$$= \frac{23}{36} = 0,638$$

$$= \frac{29}{36} = 0,805$$

$$S_{13}^2 = \frac{202 - \frac{2304}{12}}{12}$$

$$S_{21}^2 = \frac{207 - \frac{2401}{12}}{12}$$

$$= \frac{5}{6} = 0,833$$

$$= \frac{83}{144} = 0,576$$

$$S_{14}^2 = \frac{214 - \frac{2500}{12}}{12}$$

$$S_{22}^2 = \frac{232 - \frac{2704}{12}}{12}$$

$$= \frac{17}{36} = 0,472$$

$$= \frac{5}{9} = 0,555$$

$$S_{15}^2 = \frac{200 - \frac{2304}{12}}{12}$$

$$S_{23}^2 = \frac{191 - \frac{2209}{12}}{12}$$

$$= \frac{2}{3} = 0,666$$

$$= \frac{83}{144} = 0,576$$

$$S_{16}^2 = \frac{198 - \frac{2304}{12}}{12}$$

$$= \frac{1}{2} = 0,5$$

$$S_{24}^2 = \frac{202 - \frac{2304}{12}}{12}$$

$$= \frac{5}{6} = 0,833$$

$$S_{17}^2 = \frac{221 - \frac{2601}{12}}{12}$$

$$= \frac{17}{48} = 0,354$$

$$S_{25}^2 = \frac{174 - \frac{1936}{12}}{12}$$

$$= \frac{19}{18} = 1,055$$

$$S_{18}^2 = \frac{186 - \frac{2116}{12}}{12}$$

$$= \frac{29}{36} = 0,805$$

$$\sum S_i^2 = 1,020 + 0,354 + 0,409 + 0,909 + 0,638 + 0,743 + \dots + 1,055$$

$$= 16,133$$

Langkah 2

Mencari nilai varians total

$$S_t^2 = \frac{\sum X_t^2 - \frac{(\sum X_t)^2}{n}}{n}$$

$$S_t^2 = \frac{125673 - \frac{1481089}{12}}{12}$$

$$S_t^2 = \frac{26987}{144}$$

$$S_t^2 = 187,409$$

Langkah 3

Menghitung rumus alpha

$$r = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{s_t^2} \right\}$$

$$r = \frac{25}{(25-1)} \left\{ 1 - \frac{16,133}{187,409} \right\}$$

$$r = (1.041) (0,913)$$

$$r = 0,952$$

Setelah melakukan perhitungan diatas, maka berikut ini adalah perhitungan uji reliabilitas pada tingkat kepentingan, tingkat harapan dan tingkat kinerja sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

NO	Penilaian	Nilai hitung <i>Cronbach Alpha</i>	<i>N of</i> <i>items</i>	Nilai ambang	Hasil uji reliabilitas
1	Tingkat Kepentingan	0,952	25	0,6	Reliabel
2	Tingkat Harapan	0,962	25	0,6	Reliabel
3	Tingkat Kinerja	0,960	25	0,6	Reliabel

Sumber : data kuesioner diolah dengan *software SPSS*, 2025

Berdasarkan tabel 4.7 yang berisikan perhitungan uji reliabilitas dari data kuesioner pada tingkat kepentingan, tingkat harapan dan tingkat kinerja yang sudah diolah menggunakan *software SPSS*, didapatkan bahwa semua atribut yang dimulai dari atribut P1 hingga P25 yang ada pada tingkat kepentingan, tingkat harapan dan tingkat kinerja dinyatakan reliabel karena semua nilai *cronbach alpha* melebihi nilai ambang yakni 0,6, sehingga dapat dikatakan bahwa semua instrumen atribut dalam kuesioner sudah reliabel.

4.4 *Service Quality*

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, tahapan selanjutnya yaitu menggunakan metode *Service Quality* yang berguna untuk mencari *gap* dari masing masing atribut kuesioner. Tujuannya yaitu agar kita dapat mengetahui nilai *gap* dari masing masing atribut yang memiliki *gap* terbesar atau bahkan menunjukkan angka *gap* yang negatif sehingga dari hal tersebut kita dapat mudah untuk menentukan usulan perbaikan yang perlu dilakukan oleh perusahaan pada bagian apa saja. Berikut ini merupakan tahapan dalam perhitungan *servqual* yaitu sebagai berikut :

1. Menghitung Nilai *servqual* dari setiap atribut

Pada tahapan ini yakni kita menghitung nilai *servqual* dari masing masing atribut yang ada pada masing masing dimensi dengan tujuan kita dapat

mengetahui nilai persepsi atau harapan dengan menggunakan perhitungan jumlah jawaban pada masing masing atribut kemudian dibagi oleh jumlah responden. Secara rinci rekapitulasi data kuesioner beserta nilainya ada pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.8 Data Rekapitulasi Responden Kuesioner Tingkat Kinerja

No	Kode Atribut	Jumlah jawaban	Jumlah Responden	Nilai Kinerja
1	P1	44	12	3,67
2	P2	46	12	3,83
3	P3	46	12	3,83
4	P4	48	12	4
5	P5	51	12	4,25
6	P6	50	12	4,17
7	P7	49	12	4,08
8	P8	50	12	4,17
9	P9	44	12	3,67
10	P10	48	12	4
11	P11	51	12	4,25
12	P12	47	12	3,92
13	P13	55	12	4,58
14	P14	53	12	4,42
15	P15	48	12	4
16	P16	49	12	4,08
17	P17	51	12	4,25
18	P18	47	12	3,92
19	P19	45	12	3,75
20	P20	50	12	4,17
21	P21	48	12	4
22	P22	45	12	3,75
23	P23	47	12	3,92
24	P24	47	12	3,92
25	P25	49	12	4,08

Sumber : data kuesioner diolah dengan *Ms. Excel*, 2025

Tabel 4.9 Data Rekapitulasi Responden Kuesioner Tingkat Harapan

No	Kode Atribut	Jumlah jawaban	Jumlah Responden	Nilai Harapan
1	P1	46	12	3,83
2	P2	50	12	4,17
3	P3	42	12	3,50
4	P4	48	12	4
5	P5	51	12	4,25
6	P6	49	12	4,08
7	P7	49	12	4,08
8	P8	51	12	4,25
9	P9	49	12	4,08
10	P10	49	12	4,08
11	P11	54	12	4,50
12	P12	49	12	4,08
13	P13	51	12	4,25
14	P14	53	12	4,42
15	P15	52	12	4,33
16	P16	51	12	4,25
17	P17	52	12	4,33
18	P18	49	12	4,08
19	P19	51	12	4,25
20	P20	53	12	4,42
21	P21	49	12	4,08
22	P22	49	12	4,08
23	P23	51	12	4,25
24	P24	48	12	4
25	P25	50	12	4,17

Sumber : data kuesioner diolah dengan *Ms. Excel*, 2025

2. Menghitung *gap* dari masing masing atribut di tiap dimensi

Pada tahapan ini kita menghitung nilai *gap* servqual dari masing masing atribut yang ada pada masing masing dimensi dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Q = P - E$$

Dimana :

Q = *Quality Of Service*

P = Persepsi/Kinerja

E = Ekspetasi/harapan

Sebagai contoh berikut ini perhitungan *gap* pada atribut P1 didapatkan hasil yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned} Q &= P - E \\ &= 3,67 - 3,83 \\ &= -0,16 \end{aligned}$$

Untuk perhitungan *gap* secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.10 Perhitungan *Gap Servqual*

No	Atribut Kuesioner		Tingkat		Nilai Quality Of Service (Q)
	<i>Tangible</i>	Kode Atribut	Kinerja	Harapan	
1	Ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk	P1	3,67	3,83	-0.16
2	Kebersihan area gudang dan lingkungan area gudang	P2	3,83	4,17	-0.34
3	Pencahayaan didalam gudang	P3	3,83	3,50	0.33
4	Fasilitas alat pemadam kebakaran	P4	4	4	0
5	Kualitas jalan di area pergudangan	P5	4,25	4,25	0
6	Kualitas penerangan pada jalan umum area pergudangan	P6	4,17	4,08	0.09
7	Area penghijauan area pergudangan	P7	4,08	4,08	0
8	Suplai air bersih untuk area gudang	P8	4,17	4,25	-0.08
9	Suplai listrik untuk area gudang	P9	3,67	4,08	-0.41
Rata rata Dimensi <i>Tangible</i>					-0,063
<i>Reliability</i>					
10	Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	P10	4	4,08	-0.08
11	Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang ditanyakan pelanggan /penyewa gudang	P11	4,25	4,50	-0.25
12	Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat	P12	3,92	4,08	-0.16
13	Perusahaan dapat dipercaya dan diandalkan dalam menangani permasalahan	P13	4,58	4,25	0.33
Rata rata Dimensi <i>Reliability</i>					-0,04

Responsiveness					
14	Kecepatan karyawan melayani transaksi pelanggan	P14	4,42	4,42	0
15	Ketanggapan karyawan dalam menghadapi komplain pelanggan / penyewa	P15	4	4,33	-0.33
16	Ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi terkait gudang kepada penyewa	P16	4,08	4,25	-0.17
17	Karyawan menerapkan prosedur K3 di area pergudangan	P17	4,25	4,33	-0.08
Rata rata Dimensi Responsiveness					-0,145
Assurance					
18	Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai oleh penyewa	P18	3,92	4,08	-0.16
19	Keamanan area Gudang	P19	3,75	4,25	-0.5
20	kualitas bangunan gudang	P20	4,17	4,42	-0.25
21	karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan	P21	4	4,08	-0.08
Rata rata Dimensi Assurance					-0,248
Emphaty					
22	Kesungguhan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan	P22	3,75	4,08	-0.33
23	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	P23	3,92	4,25	-0.33
24	Karyawan komunikatif dengan pelanggan (dapat berkomunikasi dengan sopan dan baik)	P24	3,92	4	-0.08
25	Karyawan selalu mengutamakan kepentingan pelanggan	P25	4,08	4,17	-0.09
Rata rata Dimensi Emphaty					-0,208
Rata Rata Gap Keseluruhan			4,027	4,152	-0,125

Sumber : data kuesioner diolah dengan Ms. Excel, 2025

3. Menghitung rata rata masing masing *gap* dimensi servqual

Setelah mendapatkan nilai *gap* servqual pada masing masing atribut di tiap dimensi, tahapan selanjutnya yaitu menghitung rata rata masing masing *gap* pada dimensi servqual dengan menggunakan perhitungan seperti berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rata Rata } \textit{gap} \textit{ Tangible} &= \frac{(-0,16)+(-0,34)+(0,33)+0+0+(0,09)+0+(-0,08)+(-0,41)}{9} \\ &= -0,063 \end{aligned}$$

Secara rinci berikut ini perhitungan rata rata *gap* kelima dimensi yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.11 Rata Rata *Gap* Masing Masing Dimensi Servqual

Dimensi	Rata rata <i>gap</i>
<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	-0,063
<i>Reliability</i> (Kehandalan)	-0,04
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	-0,145
<i>Assurance</i> (Jaminan)	-0,248
<i>Emphaty</i> (Empati)	-0,208

Sumber : data kuesioner diolah dengan *Ms. Excel*, 2025

Setelah melakukan ketiga tahap perhitungan menggunakan metode servqual pada masing masing *gap* atribut di tiap dimensi dan menghitung rata rata *gap* dimensi, dapat dilihat bahwa nilai kualitas pelayanan pada setiap dimensi rata rata bernilai negatif, yang artinya kualitas pelayanan perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Adapun urutan *gap* kelima dimensi didapatkan *gap* terkecil ada pada dimensi *Reliability* dengan angka rata rata *gap* negatif yaitu (-0,04). Keempat atribut pada dimensi *Reliability* menunjukkan bahwa terdapat 3 atribut bernilai negatif yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih dibawah harapan pelanggan dan 1 atribut yang bernilai positif yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan. Dari hal tersebut menunjukkan tetap perlu adanya analisa lebih lanjut serta adanya perbaikan atau peningatan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Dimensi selanjutnya yaitu *Tangible* dengan angka rata rata *gap* negatif yaitu (-0,063). Dari kesembilan atribut yang ada, terdapat 4 atribut yang bernilai negatif yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan masih dibawah harapan pelanggan, 3 atribut bernilai 0 yang artinya antara kinerja dan harapan sudah sesuai atau sama serta terdapat 2 atribut yang bernilai positif yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan. Dari hal tersebut menunjukkan tetap perlu adanya analisa lebih lanjut serta adanya perbaikan atau peningkatan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

Dimensi selanjutnya yaitu *Responsiveness* dengan angka rata rata *gap* negatif yaitu (-0,145). Dari keempat atribut yang ada pada dimensi ini menunjukkan bahwa terdapat 3 atribut bernilai negatif, yang artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan belum memenuhi harapan pelanggan serta terdapat 1 atribut bernilai 0 yang artinya antara kinerja dan harapan sudah

sesuai atau sama. Namun tetap perlu diadakannya analisa lebih lanjut serta adanya perbaikan atau peningkatan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Dimensi selanjutnya yaitu *Emphaty* dengan angka rata rata *gap* negatif yaitu (-0,208). Dari keempat atribut yang ada pada dimensi ini menunjukkan semuanya bernilai negatif, yang artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan belum memenuhi harapan pelanggan sehingga perlu adanya perbaikan atau peningkatan dalam hal kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Dimensi yang terakhir yaitu *Assurance* dengan angka rata rata *gap* negatif yaitu (-0,248). Dari keempat atribut yang ada pada dimensi ini menunjukkan semuanya bernilai negatif, yang artinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan belum memenuhi harapan pelanggan sehingga perlu adanya perbaikan atau peningkatan dalam hal kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

4.5 *Importance Performance Analysis*

Metode *Importance Performance Analysis* ini merupakan salah satu metode yang digunakan dalam menentukan kepuasan pelanggan dengan menggunakan 2 kriteria penilaian yaitu penilaian kepentingan serta penilaian kinerja yang didapatkan dari penyebaran kuesioner.. Dengan menggunakan metode ini kita dapat mengetahui atribut mana saja yang masuk kedalam kriteria pada masing masing kuadran diagram kartesius sehingga kita dapat mengetahui atribut mana saja yang perlu diperbaiki dan perlu ditingkatkan lebih lagi dalam hal pelayanan kepada pelanggan. Berikut ini merupakan tahapan dalam perhitungan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* yaitu sebagai berikut :

3.2.1 Menghitung Nilai rata rata kepentingan dan kinerja

Berikut ini merupakan perhitungan untuk menentukan nilai rata rata pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.

$$\begin{aligned}\bar{Y}_i &= \frac{\sum_{i=0}^n Y_i}{n} \\ &= \frac{3+5+5+5+4+5+5+5+3+5+4+2}{12} \\ &= 4,25\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\bar{Z}_i &= \frac{\sum_{i=0}^n Z_i}{n} \\ &= \frac{3+3+3+4+5+4+3+4+3+4+3+5}{12} \\ &= 3,67\end{aligned}$$

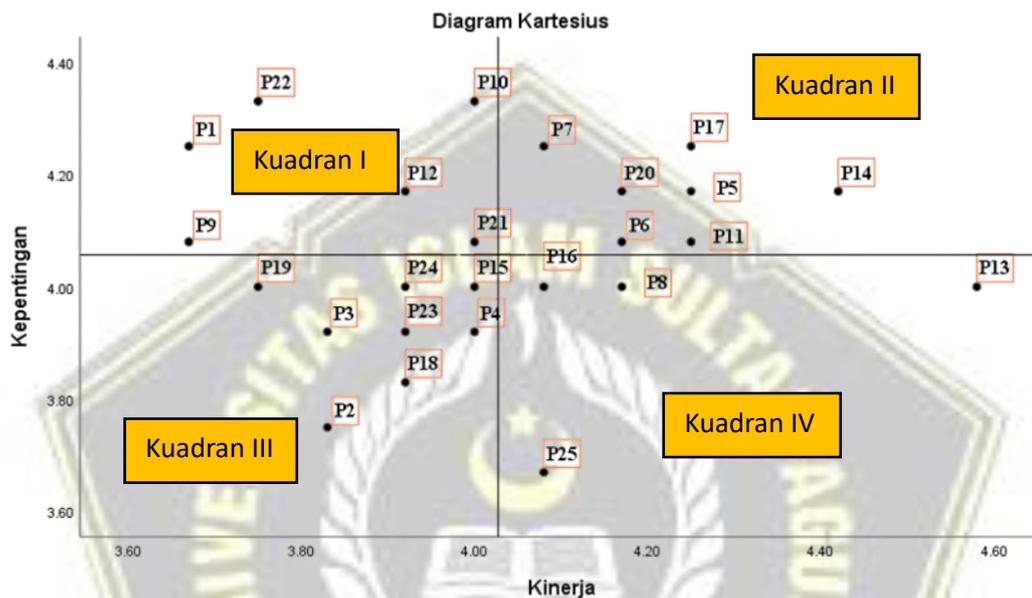
Berikut ini merupakan perhitungan untuk secara rinci pada kedua perhitungan pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pada atribut P1 hingga P25.

Tabel 4.12 Rekapitulasi Nilai Rata Rata Atribut Kuesioner

Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kinerja (Z)
P1	4,25	3,67
P2	3,75	3,83
P3	3,92	3,83
P4	3,92	4
P5	4,17	4,25
P6	4,08	4,17
P7	4,25	4,08
P8	4	4,17
P9	4,08	3,67
P10	4,33	4
P11	4,08	4,25
P12	4,17	3,92
P13	4	4,58
P14	4,17	4,42
P15	4	4
P16	4	4,08
P17	4,25	4,25
P18	3,83	3,92
P19	4	3,75
P20	4,17	4,17
P21	4,08	4
P22	4,33	3,75
P23	3,92	3,92
P24	4	3,92
P25	3,67	4,08

3.2.2 Mengolah data menggunakan *software SPSS*

Setelah menghitung nilai rata rata pada masing masing atribut pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, maka selanjutnya kita mengolah data menggunakan *software SPSS* untuk dapat mengetahui koordinat pada diagram kartesius. Berikut ini merupakan gambaran diagram kartesius untuk masing masing atribut kuesioner yaitu sebagai berikut :



Gambar 4.3 Diagram Kartesius Koordinat Atribut Kuesioner

Sumber : data kuesioner diolah dengan *software SPSS*, 2025

Setelah mendapatkan hasil koordinat pada diagram kartesius, maka selanjutnya yaitu melakukan rekapitulasi berdasarkan masing masing kuadran pada masing atribut.

Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Koordinat Diagram Kartesius Atribut Kuesioner

Kuadran	Kode Atribut	Pernyataan
Kuadran I	P1	Ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk
	P9	Suplai listrik untuk area gudang
	P10	Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan
	P12	Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat
	P21	karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan
	P22	Kesungguhan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan

Kuadran	Kode Atribut	Pernyataan
Kuadran II	P5	Kualitas jalan di area pergudangan
	P6	Kualitas penerangan pada jalan umum area pergudangan
	P7	Area penghijauan area pergudangan
	P11	Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang ditanyakan pelanggan /penyewa gudang
	P14	Kecepatan karyawan melayani transaksi pelanggan
	P17	Karyawan menerapkan prosedur K3 di area pergudangan
	P20	kualitas bangunan gudang
Kuadran III	P2	Kebersihan area gudang dan lingkungan area gudang
	P3	Pencahayaan didalam gudang
	P4	Fasilitas alat pemadam kebakaran (hidran dan alat pemadam api ringan) di area gudang
	P15	Ketanggapan karyawan dalam menghadapi komplain pelanggan / penyewa
	P18	Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai oleh penyewa
	P19	Keamanan area gudang
	P23	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan
	P24	Karyawan komunikatif dengan pelanggan (dapat berkomunikasi dengan sopan dan baik)
Kuadran IV	P8	Suplai air bersih untuk area gudang
	P13	Perusahaan dapat dipercaya dan diandalkan dalam menangani permasalahan
	P16	Ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi terkait gudang kepada penyewa
	P25	Karyawan selalu meutamakan kepentingan pelanggan

1. Kuadran I

Pada kuadran ini memiliki arti bahwa atribut memiliki nilai tingkat kepentingan yang tinggi namun berbanding terbalik dengan tingkat kinerja yang masih rendah atau pelanggan merasa belum cukup puas. Dengan kata lain perusahaan perlu berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengelola atribut-atribut tersebut secara efektif untuk mencapai kepuasan konsumen yang diinginkan. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini

sebanyak 6 atribut yaitu antara lain atribut Ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk (P1), Suplai listrik untuk area gudang (P9), Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (P10), Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat (P12), karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan (P21) dan Kesungguhan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan (P22).

2. Kuadran II

Pada kuadran ini memiliki arti bahwa nilai dari tingkat kepentingan dan nilai tingkat kinerja keduanya memiliki nilai yang cukup tinggi sehingga perlu dipertahankan agar kedua nilai tersebut tidak menurun. Dengan kata lain perusahaan perlu mempertahankan posisinya dengan baik karena atribut-atribut ini telah berhasil menarik perhatian pelanggan dan pelanggan merasa puas dengan kinerja yang telah diberikan oleh perusahaan. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini sebanyak 7 atribut yaitu antara lain atribut Kualitas jalan di area pergudangan (P5), Kualitas penerangan pada jalan umum area pergudangan (P6), Area penghijauan area pergudangan (P7), Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang ditanyakan pelanggan /penyewa gudang (P11), Kecepatan karyawan melayani transaksi pelanggan (P14), Karyawan menerapkan prosedur K3 di area pergudangan (P17) dan kualitas bangunan gudang (P20).

3. Kuadran III

Pada kuadran ini memiliki arti bahwa nilai dari tingkat kepentingan yang rendah dan nilai dari tingkat kinerja masih kurang baik, namun pelanggan cenderung mengabaikannya sehingga para pelanggan merasa bahwa atribut atribut yang ada pada kuadran ini tidak cukup penting. Dengan menandakan nilai tingkat kepentingan yang rendah dan tingkat harapan yang masih cukup baik, maka dapat diartikan atribut pada kuadran ini termasuk kedalam prioritas rendah. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini sebanyak 8 atribut yaitu antara lain atribut Kebersihan area gudang dan lingkungan area gudang (P2), Pencahayaan didalam gudang (P3), Fasilitas alat pemadam kebakaran (hidran dan alat

pemadam api ringan) di area gudang (P4), Ketanggapan karyawan dalam menghadapi komplain pelanggan / penyewa (P15), Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai oleh penyewa (P18), Keamanan area gudang (P19), Karyawan memahami kebutuhan pelanggan (P23) dan Karyawan komunikatif dengan pelanggan (dapat berkomunikasi dengan sopan dan baik) (P24).

4. Kuadran IV

Pada kuadran ini memiliki arti bahwa nilai dari tingkat kepentingan dianggap cukup rendah namun nilai dari tingkat kinerja tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan kinerja yang telah diberikan oleh perusahaan. Dengan kata lain, meskipun atribut-atribut produk dianggap kurang penting oleh konsumen dari segi kepentingan, namun dari segi tingkat kepuasan, pelanggan merasa sangat puas. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini sebanyak 4 atribut yaitu antara lain atribut Suplai air bersih untuk area gudang (P8), Perusahaan dapat dipercaya dan diandalkan dalam menangani permasalahan (P13), Ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi terkait gudang kepada penyewa (P16) dan Karyawan selalu meutamakan kepentingan pelanggan (P25).

4.6 Analisa dan Interpretasi

Pada sub bab ini berisikan penjelasan mengenai analisa hasil pengolahan data yang dimulai dari melakukan uji statistik yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, pengolahan data menggunakan metode *Service Quality* dan pengolahan data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* yang dimana analisa pada kedua metode tersebut berisikan analisa perbaikan.

4.6.1 Uji Statistika

Uji statistika dilakukan untuk mengetahui atribut atribut yang dipakai pada kuesioner tersebut apakah sudah sesuai atau belum. Uji statistika yang dilakukan pada penelitian ini yaitu melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Pada penelitian ini menggunakan semua populasi yang berjumlah 12 reponden sebagai sampel penelitian.

4.6.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas sendiri digunakan untuk pengukuran atau pengujian valid atau tidaknya suatu atribut kuesioner. Uji validitas kali ini menggunakan bantuan *software SPSS Statistics* dengan menggunakan ketentuan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan jumlah responden kuesioner sebanyak 12 responden, sehingga didapatkan angka R_{tabel} nya yaitu $df = 12 - 2 = 10$ yang jika hal tersebut dikonversikan kedalam R_{tabel} yakni sebesar 0,576. Setelah dilakukan pengolahan dan perhitungan data mulai dari nilai tingkat kepentingan, tingkat harapan dan tingkat kinerja pada kuesioner yang ada pada tabel 4.5, tabel 4.6, tabel 4.7, tabel 4.8, tabel 4.9 dan tabel 4.10 didapatkan bahwa semua atribut kuesioner dinyatakan valid atau sudah sesuai karena nilai dari R_{hitung} dari nilai tingkat kepentingan, tingkat harapan dan tingkat kinerja berada atau lebih besar dibandingkan nilai R_{tabel} yakni sebesar 0,576, sehingga dengan kata lain kuesioner penelitian ini dapat dilanjutkan tanpa adanya perbaikan pada atribut kuesioner.

4.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Dengan melakukan uji reliabilitas ini dapat menguji kelayakan kuesioner apakah sudah layak atau belum sebagai alat pengumpul data. Untuk ketentuan pada uji reliabilitas sendiri instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai uji *cronbach alpha* $> 0,60$. Berdasarkan hasil yang didapatkan pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai dari tingkat kepentingan, tingkat harapan dan tingkat kinerja bahwa ketiganya memiliki nilai diatas 0,60, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ketiganya reliabel.

4.6.2 Analisa Metode *Service Quality*

Metode *Service Quality* sendiri digunakan untuk mencari nilai *gap* antara nilai tingkat harapan dan nilai tingkat kinerja. Setelah dilakukan pengolahan data pada sub bab sebelumnya, didapatkan bahwa semua dimensi *Service Quality* yang meliputi *Tangible*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance* dan *Emphaty* semuanya memiliki rata rata nilai *gap* yang negatif sehingga diperlukan adanya perbaikan ataupun peningkatan terhadap kualitas pelayanan. Berikut ini merupakan analisa perbaikan pada kelima dimensi *Service Quality* yaitu sebagai berikut :

1. *Tangible* (Bukti Nyata)

Pada dimensi ini memiliki nilai rata rata *gap* negatif yang sangat kecil yaitu sebesar (-0,063) yang menandakan kinerja kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan masih perlu diperbaiki dan perlu ditingkatkan agar nilai kepuasan pelanggan dapat meningkat. Perbaikan pada masing masing atribut tersebut seperti pada atribut Ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk (P1) dengan nilai *gap* (-0,16) , Kebersihan area gudang dan lingkungan area gudang (P2) dengan nilai *gap* (-0,34), Suplai air bersih untuk area gudang (P8) dengan nilai *gap* (-0,08) dan Suplai listrik untuk area gudang (P9) dengan nilai *gap* (-0,41). Semua atribut tersebut bernilai negatif yang artinya diperlukan perbaikan kualitas pelayanan oleh perusahaan agar pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Selanjutnya untuk atribut Fasilitas alat pemadam kebakaran (P4) dengan nilai *gap* 0, Area penghijauan area pergudangan (P7) dengan nilai *gap* 0 dan Kualitas jalan di area pergudangan (P5) dengan nilai *gap* 0 yang menandakan bahwa antara harapan pelanggan dan kinerja perusahaan terkait kualitas pelayanan sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan sehingga pelanggan merasa cukup puas. Namun tetap hal tersebut perlu dipertahankan dan masih perlu untuk ditingkatkan agar pelanggan dapat merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Atribut selanjutnya yaitu Pencahayaan didalam gudang (P3) dengan nilai *gap* 0,33 dan Kualitas penerangan pada jalan umum area pergudangan (P6) dengan nilai *gap* 0,09 yang dimana walaupun kedua atribut tersebut bernilai positif yang menandakan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, namun tetap kedua atribut tersebut perlu untuk dipertahankan dan perlu juga untuk ditingkatkan.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Pada dimensi ini memiliki nilai rata rata *gap* negatif yang sangat kecil yaitu sebesar (-0,04) yang menandakan kinerja kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan masih perlu diperbaiki dan perlu ditingkatkan agar nilai kepuasan pelanggan dapat meningkat. Perbaikan pada masing masing atribut tersebut seperti

pada atribut Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (P10) dengan nilai *gap* (-0,08), Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang ditanyakan pelanggan /penyewa gudang (P11) dengan nilai *gap* (-0,25), dan Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat (P12) dengan nilai *gap* (-0,16). Semua atribut tersebut bernilai negatif yang artinya diperlukan perbaikan kualitas pelayanan oleh perusahaan agar pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Atribut selanjutnya yaitu Perusahaan dapat dipercaya dan diandalkan dalam menangani permasalahan (P13) dengan nilai *gap* 0,33 yang dimana walaupun atribut tersebut bernilai positif yang menandakan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, namun tetap atribut tersebut perlu untuk dipertahankan dan perlu juga untuk ditingkatkan.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Pada dimensi ini memiliki nilai rata rata *gap* negatif yaitu sebesar (-0,145) yang menandakan kinerja kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan masih perlu diperbaiki dan perlu ditingkatkan agar nilai kepuasan pelanggan dapat meningkat. Perbaikan pada masing masing atribut tersebut seperti pada atribut Ketanggapan karyawan dalam menghadapi komplain pelanggan / penyewa (P15) dengan nilai *gap* (-0,33), Ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi terkait gudang kepada penyewa (P16) dengan nilai *gap* (-0,17), dan Karyawan menerapkan prosedur K3 di area pergudangan (P17) dengan nilai *gap* (-0,08). Semua atribut tersebut bernilai negatif yang artinya diperlukan perbaikan kualitas pelayanan oleh perusahaan agar pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Selanjutnya untuk atribut Kecepatan karyawan melayani transaksi pelanggan (P14) dengan nilai *gap* 0 yang menandakan bahwa antara harapan pelanggan dan kinerja perusahaan terkait kualitas pelayanan sudah sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan sehingga pelanggan merasa cukup puas. Namun tetap hal tersebut perlu dipertahankan dan masih perlu untuk ditingkatkan agar pelanggan dapat merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

4. *Assurance* (Jaminan)

Pada dimensi ini memiliki nilai rata rata *gap* negatif yaitu sebesar (-0,248) yang menandakan kinerja kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan masih perlu diperbaiki dan perlu ditingkatkan agar nilai kepuasan pelanggan dapat meningkat. Perbaikan pada masing masing atribut tersebut seperti pada atribut Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai oleh penyewa (P18) dengan nilai *gap* (-0,16), Keamanan area gudang (P19) dengan nilai *gap* (-0,5), kualitas bangunan gudang (P20) dengan nilai *gap* (-0,25) dan karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan (P21) dengan nilai *gap* (-0,08). Semua atribut tersebut bernilai negatif yang artinya diperlukan perbaikan kualitas pelayanan oleh perusahaan agar pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

5. *Emphaty* (Empati)

Pada dimensi ini memiliki nilai rata rata *gap* negatif yaitu sebesar (-0,208) yang menandakan kinerja kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan masih perlu diperbaiki dan perlu ditingkatkan agar nilai kepuasan pelanggan dapat meningkat. Perbaikan pada masing masing atribut tersebut seperti pada atribut Kesungguhan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan (P21) dengan nilai *gap* (-0,33), Karyawan memahami kebutuhan pelanggan (P23) dengan nilai *gap* (-0,33), Karyawan komunikatif dengan pelanggan (dapat berkomunikasi dengan sopan dan baik) (P24) dengan nilai *gap* (-0,08) dan Karyawan selalu megutamakan kepentingan pelanggan (P25) dengan nilai *gap* (-0,09). Semua atribut tersebut bernilai negatif yang artinya diperlukan perbaikan kualitas pelayanan oleh perusahaan agar pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

4.6.3 Analisa Metode *Importance Performance Analysis*

Metode *Importance Performance Analysis* sendiri merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui nilai koordinat diagram kartesius untuk masing masing atribut dengan melakukan penilaian berdasarkan nilai rata rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja. Berikut ini adalah analisa perbaikan pada masing

masing atribut kuesioner berdasarkan masing masing kuadran nya yaitu sebagai berikut :

1. Kuadran I

Pada kuadran ini memiliki arti bahwa atribut memiliki nilai tingkat kepentingan yang tinggi namun berbanding terbalik dengan tingkat kinerja yang masih rendah atau pelanggan merasa belum cukup puas. Dengan kata lain perusahaan perlu berusaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan mengelola atribut-atribut tersebut secara efektif untuk mencapai kepuasan konsumen yang diinginkan. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini sebanyak 6 atribut yaitu antara lain atribut Ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk (P1), Suplai listrik untuk area gudang (P9), Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (P10), Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat (P12), karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan (P21) dan Kesungguhan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan (P22).

Pada atribut Ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk (P1) dengan nilai tingkat kepentingan yang lebih besar yaitu 4,25 dibandingkan dengan nilai tingkat kinerja sebesar 3,67 sehingga diperlukan adanya perbaikan. Adapun perbaikan yang perlu perusahaan lakukan yaitu perluasan terhadap lahan parkir dan memperluas jalan untuk akses keluar masuk kendaraan sehingga hal tersebut dapat meminimalisir terjadinya penumpukan kendaraan disuatu tempat yang dapat menyebabkan kemacetan dan dapat mempermudah akses kendaraan untuk keluar masuk area pergudangan dengan mudah. Pada atribut Suplai listrik untuk area gudang (P9) dengan nilai tingkat kepentingan yang lebih besar yaitu 4,08 dibandingkan dengan nilai tingkat kinerja sebesar 3,67 sehingga diperlukan adanya perbaikan. Adapun hal yang perlu perusahaan lakukan yaitu meningkatkan dan memastikan penyuplaian listrik ke masing masing area gudang agar dapat meminimalisir terjadinya kerusakan atau konsleting listrik sehingga semua aktivitas yang dilakukan didalam gudang dapat berjalan dengan baik dan semestinya tanpa harus mengkhawatirkan listrik untuk area pergudangan.

Pada atribut Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (P10) dengan nilai tingkat kepentingan yang lebih besar yaitu 4,33 dibandingkan dengan nilai tingkat kinerja sebesar 4 sehingga diperlukan adanya perbaikan salah satunya yaitu perusahaan perlu melakukan evaluasi dan memberikan pengarahan secara konsisten kepada para karyawan terhadap apa yang sudah dijanjikan oleh perusahaan terkait kualitas pelayanan, sehingga nantinya tidak adanya ketidaksesuaian antara apa yang sudah dijanjikan dan apa yang diberikan yang dimana hal tersebut dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Atribut berikutnya yaitu Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat (P12) dengan nilai tingkat kepentingan yang lebih besar yaitu 4,17 dibandingkan dengan nilai tingkat kinerja sebesar 3,92 sehingga perusahaan perlu melakukan adanya perbaikan yang dimana perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap kemampuan karyawan dalam hal pelayanan agar nantinya karyawan dapat melayani pelanggan dengan cepat tanpa pelanggan harus menunggu lama terlebih dahulu.

Atribut selanjutnya yaitu karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan (P21) dengan nilai tingkat kepentingan yang lebih besar yaitu 4,08 dibandingkan dengan nilai tingkat kinerja sebesar 4 sehingga diperlukan adanya perbaikan dimana perusahaan perlu melakukan evaluasi dan tetap mengingatkan terhadap kinerja karyawan agar para karyawan dapat bersikap lebih ramah dan lebih sopan dalam hal melayani pelanggan, sehingga kedepannya antara perusahaan dan pelanggan dapat menjalankan komunikasi yang baik antara keduanya. Pada atribut Kesungguhan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan (P22) dengan nilai tingkat kepentingan yang lebih besar yaitu 4,33 dibandingkan dengan nilai tingkat kinerja sebesar 3,75 sehingga diperlukan adanya perbaikan dimana perusahaan kembali harus mengingatkan kembali kepada masing masing karyawan agar dapat bersungguh sungguh dalam menanggapi seluruh keluhan para pelanggan terhadap penyewaan gudang di PT. XYZ.

2. Kuadran II

Pada kuadran ini memiliki arti bahwa nilai dari tingkat kepentingan dan nilai tingkat kinerja keduanya memiliki nilai yang cukup tinggi sehingga perlu dipertahankan agar kedua nilai tersebut tidak menurun. Dengan kata lain perusahaan perlu mempertahankan posisinya dengan baik karena atribut-atribut ini telah berhasil menarik perhatian pelanggan dan pelanggan merasa puas dengan kinerja yang telah diberikan oleh perusahaan. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini sebanyak 7 atribut yaitu antara lain atribut Kualitas jalan di area pergudangan (P5), Kualitas penerangan pada jalan umum area pergudangan (P6), Area penghijauan area pergudangan (P7), Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang ditanyakan pelanggan /penyewa gudang (P11), Kecepatan karyawan melayani transaksi pelanggan (P14), Karyawan menerapkan prosedur K3 di area pergudangan (P17) dan kualitas bangunan gudang (P20).

Pada atribut Kualitas jalan di area pergudangan (P5) dengan nilai tingkat kinerja yang lebih besar yaitu 4,25 dibandingkan dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,17, walaupun dapat dikatakan keduanya memiliki nilai yang tinggi dan diatas rata rata atribut lainnya yang menandakan artinya atribut tersebut penting dalam hal pelayanan dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan sudah baik sehingga pelanggan merasa puas. Namun tetap perusahaan perlu melakukan evaluasi rutin terhadap kualitas jalanan yang ada pada daerah pergudangan sehingga nantinya angka kepuasan pelanggan terus konsisten bahkan bisa naik lebih lagi. Selanjutnya pada atribut Kualitas penerangan pada jalan umum area pergudangan (P6) dengan nilai tingkat kinerja yang lebih besar yaitu 4,17 dibandingkan dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,08 yang menandakan artinya atribut tersebut penting dalam hal pelayanan dan kinerja yang diberikan oleh perusahaan sudah baik sehingga pelanggan merasa puas. Usulan yang dapat diberikan yaitu Perusahaan tetap perlu tetap perlu menjaga konsistensi angka kepuasan tersebut dengan melakukan *controlling* terhadap kualitas pencahayaan lampu yang ada di jalan umum area pergudangan sehingga jalanan area pergudangan selalu dalam keadaan terang dan dapat meminimalisir lampu jalan yang mati.

Atribut selanjutnya yaitu Area penghijauan area pergudangan (P7) dengan nilai tingkat kepentingan yang lebih besar yaitu 4,25 dibandingkan dengan nilai tingkat kinerja sebesar 4,08. Walaupun nilai kinerjanya lebih kecil dibandingkan nilai kepentingan, namun pelanggan sudah merasa cukup puas terhadap atribut pelayanan ini. Adapun usulan yang dapat diberikan yakni dengan terus melakukan *controlling* terhadap area penghijauan disekitar area gudang seperti sering melakukan penyiraman tumbuhan, penanaman tumbuhan baru dan sebagainya sehingga keadaan lingkungan lebih asri dan lebih sehat serta dengan adanya area penghijauan tersebut dapat menurunkan suhu suatu tempat. Pada atribut Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan yang ditanyakan pelanggan /penyewa gudang (P11) dengan nilai tingkat kinerja yang lebih besar yaitu 4,25 dibandingkan dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,08 yang menandakan pelanggan sudah merasa puas dengan atribut pelayanan yang diberikan. Jika dapat diberikan usulan perbaikan yaitu dengan menjaga nilai kepuasan ini secara konsisten dan mungkin perusahaan dapat mengingatkan para karyawannya agar dapat mengetahui secara keseluruhan terkait fasilitas penyewaan gudang sehingga ketika ditanya oleh pelanggan, karyawan mampu menjawabnya dengan mudah.

Pada atribut Kecepatan karyawan melayani transaksi pelanggan (P14) dengan nilai tingkat kinerja yang lebih besar yaitu 4,42 dibandingkan dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,17 yang menandakan pelanggan merasa puas dengan atribut pelayanan ini. Adapun jika dapat diberikan usulan perbaikan yaitu perusahaan terus menjaga konsistensi angka kepuasan pada atribut ini dan perusahaan coba untuk selalu mengingatkan kepada para karyawannya saat ada transaksi dengan pelanggan agar untuk tidak ditunda tunda. Atribut selanjutnya yaitu Karyawan menerapkan prosedur K3 di area pergudangan (P17) dengan nilai tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang sama di angka yaitu 4,25 yang menandakan pelanggan cukup puas dengan kinerja yang diberikan. Jika dapat diberikan usulan yaitu perusahaan agar selalu mengingatkan karyawannya agar menerapkan prosedur K3 saat memasuki area pergudangan agar dapat meminimalisir terjadinya kecelakaan kerja. Atribut selanjutnya yaitu kualitas bangunan gudang (P20) dengan nilai tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang

sama di angka yaitu 4,17 yang menandakan pelanggan cukup puas dengan kinerja yang diberikan. Adapun usulan yang dapat diberikan yaitu perusahaan agar selalu melakukan *controlling* terhadap bangunan gudang sehingga dapat meminimalisir terjadinya kerusakan pada bangunan gudang.

3. Kuadran III

Pada kuadran ini memiliki arti bahwa nilai dari tingkat kepentingan yang rendah dan nilai dari tingkat kinerja masih kurang baik, namun pelanggan cenderung mengabaikannya sehingga para pelanggan merasa bahwa atribut atribut yang ada pada kuadran ini tidak cukup penting. Dengan menandakan nilai tingkat kepentingan yang rendah dan tingkat harapan yang masih cukup baik, maka dapat diartikan atribut pada kuadran ini termasuk kedalam prioritas rendah. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini sebanyak 8 atribut yaitu antara lain atribut Kebersihan area gudang dan lingkungan area gudang (P2), Pencahayaan didalam gudang (P3), Fasilitas alat pemadam kebakaran (hidran dan alat pemadam api ringan) di area gudang (P4), Ketanggapan karyawan dalam menghadapi komplain pelanggan / penyewa (P15), Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai oleh penyewa (P18), Keamanan area gudang (P19), Karyawan memahami kebutuhan pelanggan (P23) dan Karyawan komunikatif dengan pelanggan (dapat berkomunikasi dengan sopan dan baik) (P24).

Pada atribut Kebersihan area gudang dan lingkungan area gudang (P2) yang dimana pada atribut ini memiliki nilai kepentingan yang cukup rendah serta nilai kinerjanya juga cukup rendah yang keduanya masih dibawah rata rata nilai kepentingan dan nilai kinerja. Untuk kebersihan didalam area gudang sendiri sudah cukup baik namun pada lingkungan area pergudangan masih perlu dilakukan *controlling* secara berkala terus menerus agar kebersihan lingkungan baik dalam area gudang maupun lingkungan sekitar terus terjaga kebersihannya. Atribut selanjutnya yaitu Pencahayaan didalam gudang (P3) yang dimana nilai pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja masih dibawah rata rata. Walaupun pencahayaan didalam pergudangan cukup penting dalam hal operasional pelanggan saat melakukan aktivitas di malam hari (berbeda dengan siang hari),

namun tetap perlu ditingkatkan lebih lagi seperti penambahan unit lampu agar ruangan gudang lebih terang.

Pada atribut Fasilitas alat pemadam kebakaran (hidran dan alat pemadam api ringan) di area gudang (P4) memiliki nilai tingkat kepentingan dan kinerja yang hampir menyentuh nilai rata rata keduanya, namun masih sedikit dibawah rata rata kedua nilai tersebut. Untuk alat pemadam kebakaran sendiri sebenarnya cukup penting untuk ada di setiap gudang yang dimana perusahaan sudah melengkapinya juga pada masing masing gudang, namun perusahaan tetap perlu melakukan *controlling* secara berkala sesuai dengan ketentuan yang ada, karena ditakutkan APAR tersebut sudah melewati batas kadaluwarsa dan sebagainya. Jadi perusahaan harus melakukan *checking* terhadap APAR tersebut. Atribut selanjutnya yaitu Ketanggapan karyawan dalam menghadapi komplain pelanggan / penyewa (P15) memiliki nilai tingkat kepentingan dan kinerja yang hampir menyentuh nilai rata rata keduanya, namun masih sedikit dibawah rata rata kedua nilai tersebut. Usulan yang dapat diberikan yaitu perusahaan selalu memberikan instruksi kepada karyawan agar harus selalu siap tanggap apabila pelanggan melakukan komplain jika terjadi sesuatu hal saat melakukan penyewaan.

Pada atribut Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai oleh penyewa (P18) memiliki nilai tingkat kepentingan dan kinerja yang masih dibawah rata rata nilai keduanya. Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai sebenarnya tidak terjadi masalah, namun mungkin perusahaan dapat melakukan pendekatan lebih terkait informasi pergudangan saat pelanggan menyewa gudang yang dimana perusahaan dapat menunjukkan secara langsung gudang yang akan disewa apakah sudah sesuai dengan apa yang difoto dan sebagainya. Atribut selanjutnya yakni Keamanan area gudang (P19) yang dimana nilai tingkat kepentingan dan kinerja yang masih dibawah rata rata nilai keduanya. Walaupun nilai atribut ini memiliki angka yang hampir mendekati rata rata pada tingkat kepentingan yang artinya atribut ini cukup penting namun pada nilai tingkat kinerja masih cukup jauh dibawah rata rata tingkat kinerja. Jika dapat mengusulkan perbaikan yaitu perusahaan dapat meningkatkan jumlah personil dari tim keamanan dan tim keamanan dapat lebih sering melakukan *controlling* ke

seluruh area pergudangan agar tidak terjadi hal hal yang tidak diinginkan baik oleh perusahaan maupun pihak pelanggan.

Pada atribut Karyawan memahami kebutuhan pelanggan (P23) yang dimana nilai dari tingkat kepentingan dan kinerja memiliki nilai yang sama namun keduanya masih dibawah rata rata. Adapun jika dapat diberikan usulan yakni karyawan lebih memahami lagi dengan lebih sering bertanya kepada para pelanggan terkait apa yang dibutuhkan sehingga nantinya tidak ada miskomunikasi antara kedua belah pihak dimana karyawan sudah mencoba bertanya apa yang dibutuhkan dan pelanggan memberi tahu apa yang pelanggan perlukan. Atribut selanjutnya yaitu Karyawan komunikatif dengan pelanggan (dapat berkomunikasi dengan sopan dan baik) (P24) yang dimana nilai kepentingan pada atribut ini lebih besar daripada nilai kinerja namun keduanya masih dibawah rata rata sehingga diperlukan adanya perbaikan. Usulan yang dapat diberikan yaitu karyawan harus lebih komunikatif saat melakukan komunikasi agar pelanggan mudah mengerti apa yang disampaikan oleh karyawan.

4. Kuadran IV

Pada kuadran ini memiliki arti bahwa nilai dari tingkat kepentingan dianggap cukup rendah namun nilai dari tingkat kinerja tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan kinerja yang telah diberikan oleh perusahaan. Dengan kata lain, meskipun atribut-atribut produk dianggap kurang penting oleh konsumen dari segi kepentingan, namun dari segi tingkat kepuasan, pelanggan merasa sangat puas. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini sebanyak 4 atribut yaitu antara lain atribut Suplai air bersih untuk area gudang (P8), Perusahaan dapat dipercaya dan diandalkan dalam menangani permasalahan (P13), Ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi terkait gudang kepada penyewa (P16) dan Karyawan selalu meutamakan kepentingan pelanggan (P25).

Pada atribut Suplai air bersih untuk area gudang (P8) memiliki nilai kinerja yang lebih ditinggi yakni 4,17 dibandingkan nilai kepentingan yaitu 4. Dapat dikatakan pelanggan sudah merasa puas terhadap kinerja yang diberikan

oleh perusahaan. Terkait usulan yang dapat diberikan yaitu perusahaan dapat menjaga nilai pada atribut ini agar tetap konsisten dengan menjaga sistem suplai air bersih yang cukup untuk masing masing area gudang sehingga meminimalisir kekurangan air jika hal tersebut dibutuhkan. Atribut selanjutnya yaitu Perusahaan dapat dipercaya dan diandalkan dalam menangani permasalahan (P13) yang dimana nilai kinerja yang lebih sangat tinggi yakni 4,58 dibandingkan nilai kepentingan yaitu 4. Hal tersebut menunjukkan pelanggan merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan pada atribut ini sehingga tidak perlu adanya perbaikan. Usulan yang dapat diberikan yakni perusahaan dapat menjaga nilai pada atribut ini agar tetap konsisten dengan terus dapat menyelesaikan apabila terjadi masalah pada area pergudangan sehingga pelanggan dapat terus percaya kepada perusahaan jika terjadi suatu masalah.

Pada atribut Ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi terkait gudang kepada penyewa (P16) memiliki nilai kinerja yang lebih ditinggi yakni 4,08 dibandingkan nilai kepentingan yaitu 4. Hal tersebut menandakan bahwa pelanggan merasa puas dengan kinerja perusahaan pada atribut ini. Adapun usulan yang dapat diberikan yakni perusahaan dapat menjaga nilai pada atribut ini agar tetap konsisten dengan cara selalu mengingatkan agar para karyawannya selalu tanggap dalam memberikan informasi informasi yang dibutuhkan oleh para pelanggan, sehingga pelanggan tidak kekurangan informasi terkait gudang yang akan disewa. Atribut selanjutnya yaitu Karyawan selalu meutamakan kepentingan pelanggan (P25) memiliki nilai kinerja yang lebih ditinggi yakni 4,08 dibandingkan nilai kepentingan yaitu 3,67. Pada atribut ini pelanggan kurang menganggap penting pada atribut ini namun kinerja yang diberikan oleh perusahaan dirasakan puas oleh para pelanggan. Jadi dapat diberikan usulan yakni perusahaan dapat menjaga nilai pada atribut ini agar tetap konsisten dengan selalu menginformasikan kepada para karyawannya agar selalu memerhatikan kepentingan para pelanggan dibandingkan hal hal lainnya saat melakukan transaksi penyewaan gudang sehingga pelanggan merasa dihargai.

4.7 Rekomendasi Usulan Perbaikan

Berdasarkan hasil dari analisis kedua metode tersebut agar kepuasan pelanggan pada PT. XYZ dapat semakin meningkat maka diperlukan adanya perbaikan. Berikut merupakan analisa perbaikan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.14 Rekomendasi Usulan Perbaikan

Kuadran	Kode Atribut	What (Apa)	Where (Dimana)	When (Kapan)	Who (Siapa)	Why (Kenapa)	How (bagaimana)
Kuadran I	P1	Ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk	Lahan parkir dan jalan di area pergudangan PT. XYZ	Ketika pelanggan melakukan mobilisasi kegiatan keluar masuk area dan saat ingin parkir kendaraan	Pelanggan	Lahan parkir merupakan salah satu fasilitas penting untuk menunjang kegiatan pelanggan saat melakukan mobilisasi	Dengan cara membuat area parkir baru atau melakukan perluasan terhadap lahan parkir dan memperluas jalan untuk akses keluar masuk kendaraan
	P9	Suplai listrik untuk area gudang	Area pergudangan PT. XYZ	Ketika pelanggan melakukan aktivitas di area pergudangan	Perusahaan dan Karyawan PT. XYZ	Suplai listrik merupakan salah satu hal yang penting guna menunjang seluruh aktivitas di area pergudangan	meningkatkan dan memastikan penyuplaian listrik ke masing masing area gudang
	P10	Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	Di Kawasan Area pergudangan PT. XYZ	Ketika karyawan melayani para pelanggan saat menyewa gudang	Perusahaan dan Karyawan PT. XYZ	Pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan merupakan salah satu cara agar perusahaan	evaluasi dan memberikan pengarahannya secara konsisten kepada para karyawan terhadap apa yang sudah

Kuadran	Kode Atribut	What (Apa)	Where (Dimana)	When (Kapan)	Who (Siapa)	Why (Kenapa)	How (bagaimana)
						mendapatkan kepercayaan dari para pelanggan	dijanjikan oleh perusahaan terkait kualitas pelayanan
	P12	Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat	Di Kawasan Area pergudangan PT. XYZ	Ketika karyawan melayani para pelanggan saat menyewa gudang	Perusahaan dan Karyawan PT. XYZ	Kecepatan pelayanan merupakan faktor yang cukup penting dalam hal pelayanan agar tidak terjadinya penumpukan	perusahaan perlu melakukan evaluasi terhadap kemampuan karyawan dalam hal pelayanan agar nantinya karyawan dapat melayani pelanggan dengan cepat tanpa pelanggan harus menunggu lama terlebih dahulu
	P21	Karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan	Di Kawasan Area pergudangan PT. XYZ	Ketika karyawan melayani para pelanggan saat menyewa gudang	Perusahaan dan Karyawan PT. XYZ	Sikap yang sopan dan ramah merupakan faktor penting dalam pelayanan karena hal tersebut dapat berdampak terhadap kesan para pelanggan saat melakukan pelayanan transaksi	evaluasi dan tetap mengingatkan terhadap kinerja karyawan agar para karyawan dapat bersikap lebih ramah dan lebih sopan dalam hal pelayanan
	P22	Kesungguhan karyawan	Di Kawasan	Ketika pelanggan	Perusahaan	Keluhan merupakan	Perusahaan harus

Kuadran	Kode Atribut	What (Apa)	Where (Dimana)	When (Kapan)	Who (Siapa)	Why (Kenapa)	How (bagaimana)
		dalam menanggapi keluhan pelanggan	Area pergudangan PT. XYZ	memberikan keluhan terkait hal hal yang berhubungan dengan penyewaan gudang di PT. XYZ	dan Karyawan PT. XYZ	salah satu hal yang harus dapat ditangani dan harus segera ditindaklanjuti karena hal tersebut berhubungan kepuasan pelanggan	mengingatkan kembali kepada para karyawan agar dapat bersungguh sungguh dalam menanggapi seluruh keluhan pelanggan
Kuadran III	P2	Kebersihan area gudang dan lingkungan area gudang	Area pergudangan PT. XYZ	Kebersihan pada area gudang dan lingkungan area gudang harus dijaga dan diperhatikan secara rutin	Perusahaan dan Karyawan PT. XYZ	Kebersihan area gudang sangat penting untuk menjaga keselamatan dan kesehatan kerja, mengurangi resiko kecelakaan dan menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif serta kebersihan juga dapat berpengaruh terhadap citra perusahaan	Selalu melakukan <i>controlling</i> atau pemeliharaan kebersihan secara terorganisir dan terjadwal secara terus menerus, menyediakan tempat sampah yang mudah dijangkau
	P3	Pencahayaan di dalam gudang	Di dalam pergudangan	Ketika pelanggan melakukan aktivitas di dalam	Perusahaan dan Karyawan	Pencahayaan merupakan salah satu penunjang	Dengan cara memabahkan unit lampu pada area dalam

Kuadran	Kode Atribut	What (Apa)	Where (Dimana)	When (Kapan)	Who (Siapa)	Why (Kenapa)	How (bagaimana)
			PT. XYZ	pergudangan	PT. XYZ	aktivitas yang dilakukan pelanggan saat berada di dalam gudang	gudang sesuai kebutuhan dan sering melakukan <i>maintenance</i> terhadap lampu tersebut
	P4	Fasilitas alat pemadam kebakaran (hidran dan alat pemadam api ringan) di area gudang	Di dalam pergudangan PT. XYZ	Ketika api muncul di area gudang atau di lingkungan gudang	Perusahaan dan Karyawan PT. XYZ	Fasilitas alat pemadam kebakaran ini penting untuk ada karena diperlukan untuk mengurangi resiko kebakaran yang dapat membahayakan	Selalu melakukan pengecekan rutin sesuai ketentuan yang ada agar mengurangi resiko alat tersebut kadaluwarsa dan selalu dapat digunakan dengan baik ketika dibutuhkan serta perusahaan dapat melakukan pelatihan terkait cara penggunaan kepada para karyawan
	P15	Ketanggapan karyawan dalam menghadapi komplain pelanggan / penyewa	Situasional saat melakukan interaksi	Saat adanya komplain yang diajukan oleh pelanggan	Perusahaan dan Karyawan PT. XYZ	Ketanggapan yang baik dapat meningkatkan rasa puas dari pelanggan, yang berujung dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan	Perusahaan memberikan instruksi kepada karyawan agar harus selalu siap tanggap apabila terdapat komplain, dapat menawarkan solusi yang efektif dan melakukan tindak

Kuadran	Kode Atribut	What (Apa)	Where (Dimana)	When (Kapan)	Who (Siapa)	Why (Kenapa)	How (bagaimana)
						Komplain sendiri sering kali memberikan <i>feedback</i> berharga yang dapat digunakan perusahaan untuk memperbaiki kualitas pelayanan	lanjut terhadap solusi yang diberikan tersebut
	P18	Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai oleh penyewa	Area pergudangan PT. XYZ	Sebelum penandatanganan kontrak sewa menyewa, selama masa sewa dan saat terjadinya perubahan atau renovasi	Perusahaan PT. XYZ	Kesesuaian antara yang dipesan dan yang dipakai penting untuk mencegah konflik antara penyewa dan pemilik gudang terkait klaim ketidaksesuaian atau kekecewaan	Melakukan inspeksi bersama dan verifikasi sebelum menyepakati sewa menyewa serta kontrak sewa tersebut juga harus jelas dan detail yang didalamnya terdapat informasi lengkap terhadap gudang yang akan disewa
	P19	Keamanan area gudang	Area pergudangan PT. XYZ	Selama jam operasional area pergudangan, di luar jam operasional pergudangan dan ketika ada ancaman atau keadaan darurat	Perusahaan dan Karyawan PT. XYZ	Keamanan area gudang penting untuk melindungi barang dan aset yang disimpan agar terhindar dari pencurian,	Sering melakukan <i>controlling</i> ke seluruh area pergudangan, pemasangan sistem pengawasan seperti CCTV dan sebagainya serta

Kuadran	Kode Atribut	What (Apa)	Where (Dimana)	When (Kapan)	Who (Siapa)	Why (Kenapa)	How (bagaimana)
						kerusakan atau bencana	pemasangan pagar dan gerbang pengaman pada sekitar area gudang
	P23	Karyawan memahami kebutuhan pelanggan	Situasional saat melakukan interaksi	Ketika melakukan interaksi dengan para pelanggan baik sebelum atau sesudah transaksi sewa menyewa	Karyawan PT. XYZ	Memahami kebutuhan pelanggan memungkinkan karyawan memberikan solusi yang tepat dan relevan, meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan	Karyawan melakukan pendekatan (bertanya secara langsung dan sebagainya) kepada para pelanggan terkait apa yang dibutuhkan sehingga nantinya tidak ada miskomunikasi antara kedua belah pihak
	P24	Karyawan komunikatif dengan pelanggan (dapat berkomunikasi dengan sopan dan baik)	Situasional saat melakukan interaksi	Ketika karyawan berkomunikasi dengan para pelanggan, baik ketika pertama kali menyapa, selama proses transaksi maupun setelahnya	Karyawan PT. XYZ	Komunikasi yang baik dan sopan dapat membuat pelanggan merasa dihargai, meningkatkan kenyamanan dan memastikan pengalaman yang didapatkan pelanggan bernilai positif	Dengan melakukan pelatihan keterampilan komunikasi yang dimiliki oleh karyawan, menjaga sikap keprofesionalitasan serta menyesuaikan komunikasi dengan para pelanggan

Usulan usulan yang telah diberikan tersebut nantinya dapat diterapkan di PT. XYZ dengan harapan nantinya tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan penyewaan gudang di PT. XYZ dapat meningkat. Tentunya usulan usulan tersebut saat diterapkan nanti masih memerlukan pemantauan lebih lanjut dari pihak perusahaan.

4.8 Pembuktian Hipotesis

Pembuktian hipotesis pada penelitian ini yakni diketahui terdapat *gap* antara apa yang sudah ditargetkan oleh perusahaan terkait angka kepuasan pelayanan dengan angka yang didapatkan berdasarkan hasil survey kepuasan pelanggan dimana beberapa aspek berada dibawah standar perusahaan. Setelah melakukan penelitian menggunakan metode *Service Quality* dan *Important Performance Analysis*, didapatkan bahwa nilai rata rata kelima dimensi saat menggunakan metode *Service Quality* dimana semua dimensi memiliki nilai rata rata *gap* negatif sehingga diperlukan adanya perbaikan. Untuk metode *Important Performance Analysis* sendiri didapatkan sebanyak 6 atribut berada di kuadran I yang menunjukkan bahwa nilai tingkat kepentingan yang tinggi namun tingkat kinerja yang masih rendah sehingga atribut pada kuadran tersebut diperlukan perbaikan.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan pada PT. XYZ ini maka dapat ditarik kesimpulan yaitu :

1. Kualitas pelayanan penyewaan gudang pada PT. XYZ menunjukkan bahwa harapan pelanggan masih belum terpenuhi dengan baik. Hal tersebut didasarkan pada tiap tiap dimensi *Service Quality* secara rata rata memiliki nilai *gap* negatif yang artinya belum memenuhi tingkat kepuasan pelanggan. Untuk nilai rata rata tiap dimensi *Service Quality* yaitu pada dimensi *Tangible* memiliki nilai rata rata *gap* sebesar (-0,063), dimensi *Reliability* memiliki nilai rata rata *gap* sebesar (-0,04), dimensi *Responsiveness* memiliki nilai rata rata *gap* sebesar (-0,145), dimensi *Assurance* memiliki nilai rata rata *gap* sebesar (-0,248) dan dimensi *Emphaty* memiliki nilai rata rata *gap* sebesar (-0,208). Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan tindakan perbaikan pada masing masing dimensi.
2. Berdasarkan metode *Important Performance Analysis* didapatkan kordinat masing masing atribut pada diagram kartesius. Adapun beberapa atribut yang terdapat pada kuadran I yakni atribut Ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk (P1), Suplai listrik untuk area gudang (P9), Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (P10), Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat (P12), karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan (P21) dan Kesungguhan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan (P22).
3. Rekomendasi perbaikan yang diusulkan pada penelitian ini diambil dari analisa hasil perhitungan menggunakan metode *Important Performance Analysis* sendiri yang dijadikan usulan perbaikan yaitu atribut yang berada

pada kuadran I yakni atribut Ketersediaan lahan parkir yang luas dan aman bagi kendaraan untuk keluar masuk (P1), Suplai listrik untuk area gudang (P9), Perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (P10), Karyawan mampu melayani pelanggan dengan cepat (P12), karyawan bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan (P21) dan Kesungguhan karyawan dalam menanggapi keluhan pelanggan (P22) dan atribut yang berada pada kuadran III yaitu pada atribut Kebersihan area gudang dan lingkungan area gudang (P2), Pencahayaan didalam gudang (P3), Fasilitas alat pemadam kebakaran (hidran dan alat pemadam api ringan) didalam gudang (P4), Ketanggapan karyawan dalam menghadapi komplain pelanggan / penyewa (P15), Kesesuaian gudang yang dipesan dengan yang dipakai oleh penyewa (P18), Keamanan area gudang (P19), Karyawan memahami kebutuhan pelanggan (P23) dan Karyawan komunikatif dengan pelanggan (dapat berkomunikasi dengan sopan dan baik) (P24).

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di PT. XYZ antara lain :

1. Pihak perusahaan PT. XYZ perlu memperbaiki kinerja kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan dianggap penting namun nilai kinerjanya masih terbilang cukup rendah yang berada pada kuadran I dan III.
2. Pihak perusahaan harus dapat mempertahankan atribut atribut yang tergolong sudah puas dimata pelanggan khususnya yang ada pada kuadran II dan senantiasa meningkatkan atribut atribut yang belum sesuai dengan harapan pelanggan.
3. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan atribut penilaian yang lebih lengkap lagi sehingga dapat diketahui faktor apa saja yang harus diperbaiki pada kualitas pelayanan secara lebih mendetail.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, B. W., Suprihatin, E., & Hidayah, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Service Quality (Servqual), Importance Performance Analysis (IPA) dan Quality Function Deployment (QFD) Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Café Seling Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 10087–10095.
- Andana, F (2024). ANALISA KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (Studi Kasus : WARUNG MAKAN PINK). (Vol. 6).
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Badiatul Musyarofah, Ilmadi, Tabah Heri Setiawan, & Isnurani. (2021). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Dengan Metode Importance Performance Analysis (Ipa). *Jurnal Lebesgue : Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 2(1), 85–95. <https://doi.org/10.46306/lb.v2i1.47>
- Christopher, M. (2011). *Logistics & Supply chain management* (4th ed.). Pearson Education
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Daryanto, A., & Setyabudi, A. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Revisi). Penerbit Gava Media
- Fandy Tjiptono. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Hadining, A.F. (2020) ‘Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi)’, *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 15(1), p. 1. Available at: <https://doi.org/10.14710/jati.15.1.1-10>.
- Ilman, R., Indriani, S., & Adriantantri, E. (2020). METODE SERVICE QUALITY (Studi Kasus Tabungan Amanah BANK BPR Syariah Kota Mojokerto), 3(2), 86–92.
- Immanuel, B.H. and Tanoto, S. (2019) ‘Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap

- Kepuasan Pelanggan Di PT Hastaco Tour and Travel', *Agora*, 7(1), pp. 1–8.
- Indrasari, D.M. (2019) 'Pemasaran & Kepuasan Pelanggan', p. 114.
- Indriaty, D.R. (2010) 'Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas Terhadap Kepuasan Pasien', *Universitas Diponegoro*, p. 119.
- Kotler, P. (2000). *Marketing manajemen: Analysis, planning, implementation and control* (10th ed.). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Mamangkey, E. A. j, Massie, J. D. D., & Tawas, H. N. (2021). Analisa Kualitas Layanan dengan Menggunakan Metode Servqual (Service Quality), IPA (Importance Performance Analysis) Dan PGCV (Potential Gain Customer Value) Terhadap Kinerja PT. Pegadaian (Persero) Cabang Megamas Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 348–358.
- Mariansyah, A. and Syarif, A. (2020) 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu', *JIBM : Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), pp. 134–146.
- M, I. Z. (2023). *ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PASIEN DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) (Studi Kasus : Poli KIA di UPTD PUSKESMAS TLOGOSARI KULON) LAPORAN* (Vol. 5). https://repository.unissula.ac.id/33039/1/TeknikIndustri_31601900054_fullpdf.pdf
- Musrida, V. (2022) 'Strategi Peningkatan Kualitas Produk Dan Pelayanan Pada Lyly Bakery Lamongan', *Digital Repository Universitas Jember* [Preprint].
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric methods*. McGraw-Hill.
- Oliver, R. L. (1980). *A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions*. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40
- Putri, N.D.P.D. *et al.* (2021) 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan', *Journal Of Communication Education*,

15(1), pp. 1267–1283. Available at: <https://doi.org/10.58217/jocep.v15i1.226>.

Putri Winanda, A., & Sriyanto. (2016). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN RESTORAN CEPAT SAJI DENGAN METODE SERVQUAL (SERVICE QUALITY) DAN IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS) (Studi Kasus Restoran Olive Fried Chicken). *Industrial Engineering Online Journal*, 5(4), 1–6.

Reyhansyah, I. (2020). Analisis Pengaruh Service Quality dan Biaya Terhadap Kepuasan pelanggan (Study Kasus Pada PT. Mustikasakti Sarana Kencana). *Majalah Ilmiah Bahari Jogja*, 18(1), 81–102. <https://doi.org/10.33489/mibj.v18i1.230>

Saidatuningtyas, I. and Rizal, M.A. (2024) ‘Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa Penyewaan Gudang Menggunakan Metode Service Quality dan Importance Performance Analysis’, *INVENTORY: Industrial Vocational E-Journal On Agroindustry*, 5(1), p. 1. Available at: <https://doi.org/10.52759/inventory.v5i1.186>.

Sekaran, U. (2003). *Research methods for business: A skill-building approach* (4th ed.). Wiley.

Sugiharta, P., Silitonga, R. Y. H., & Setiawati, M. (2023). Analisis Kepuasan Kualitas dan Rancangan Perbaikan Pelayanan Jasa Kesehatan. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 9(2), 127–133. <https://doi.org/10.30656/intech.v9i2.6434>

Sugiyono (2007) ‘Statistika Untuk Penelitian’, *Alfabeta Bandung*, pp. 1–415.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta

Syahputra, I., Ismiyah, E., & Rizqi, A. (2023). Analysis of Service Quality with Servqual Method and Importance Performance Analysis in PT. XYZ. *Jurnal Teknik Industri Terintegrasi*, 6(4), 1129–1135. <https://doi.org/10.31004/jutin.v6i4.20106>

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, quality & satisfaction: Konsep, metode dan aplikasi*. Andi

Wijaya, T. (2018) *Manajemen Kualitas Jasa*. 2nd edn. Jakarta: Indeks.

- Windyaningrum, T. L., & Indrawati, C. D. (2023). Integrasi Metode Service Performance (SERVPERF), Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI) Dalam Penentuan Prioritas Pengembangan Lembaga Pendidikan Nonformal. *JUSTER: Jurnal Sains Dan Terapan*, 2(1), 112–121. <https://doi.org/10.57218/juster.v2i1.522>
- Yaqin, A. A., & Pusakaningwati, A. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Di Cv. Nugraha Cipta Raharja. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(1), 123–136
- Zaroni, M. (2017). Pengertian gudang dalam konteks manajemen logistik. *Jurnal Manajemen Logistik*, 12(3), 45-56.
- Zeithaml, V. A. (2006). *Service marketing: Integrating customer focus across the firm* (5th ed.). McGraw-Hill.

