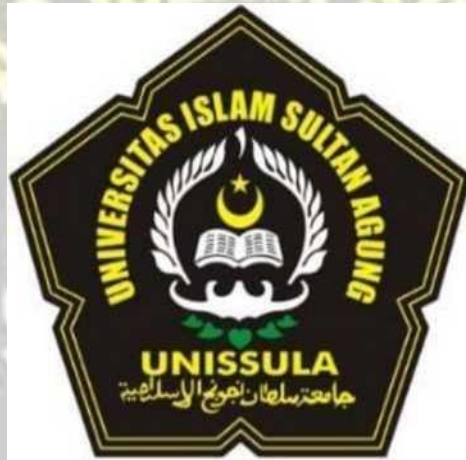


**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN
POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV)
DI PEGADAIAN UPC WINONG**

LAPORAN TUGAS AKHIR

Laporan Ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu (S1) Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi
Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang



DISUSUN OLEH :

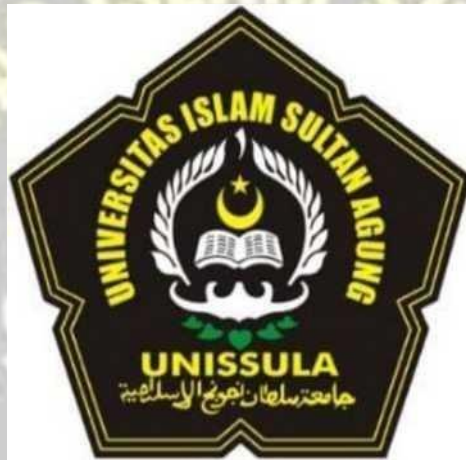
**HADI PRANOTO AJI
31601900028**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2025**

FINAL PROJECT

**ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER
SATISFACTION USING IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) AND POTENTIAL
GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV) METHOD
AT PEGADAIAN UPC WINONG**

*Proposed to complete the requirement to obtain a bachelor's degree S1 at
Departement of Industrial Engineering, Faculty of Industrial Technology,
Universitas Islam Sultan Agung Semarang*



Arranged by :

**HADI PRANOTO AJI
31601900028**

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

2025

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Laporan Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE* (PGCV) DI PEGADAIAN UPC WINONG” ini disusun oleh :

Nama : Hadi Pranoto Aji

NIM : 31601900028

Program Studi : Teknik Industri

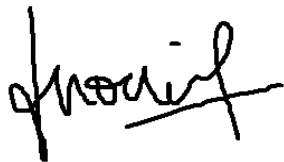
Telah disahkan oleh dosen pembimbing pada :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr.Ir.Novi Marlyana,ST,MT,IPU,ASEAN.Eng
NIDN.00-1511-7601



Dana Prianjani,ST,MT
NIDN.06-2601-9302

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri



Wiwiek Fatmawati,ST,M.Eng
NIDN. 06-2210-7401

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

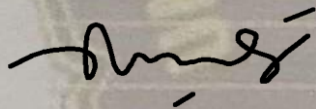
Laporan Tugas Akhir dengan judul “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE* (PGCV) DI PEGADAIAN UPC WINONG” ini telah dipertahankan di depan dosen penguji Tugas Akhir pada:

Hari :

Tanggal :

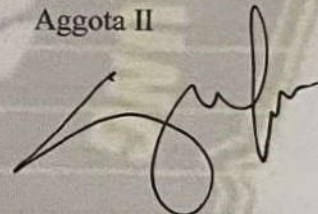
TIM PENGUJI

Anggota I



Nuzulia Khoiriyah,ST,MT
NIDN.06-2405-7901

Anggota II



Ir. Sukarno Budi U.,M.T.
NIDN.06-1907-6401

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hadi Pranoto Aji

Nim : 31601900028

Judul Tugas Akhir : Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV) di Pegadaian UPC Winong

Dengan bahwa ini saya menyatakan bahwa 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 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, Mei 2025

Yang menyatakan


Hadi Pranoto Aji

10000
METERAL
TEMPER
8FB1BAMX302770681

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hadi Pranoto Aji
Nim : 3161900028
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknologi Industri

Dengan ini menyatakan Karya Ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul :
**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE
ANALYSIS* (IPA) DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE* (PGCV)
DI PEGADAIAN UPC WINONG**

Menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak bebas Royalti Non- Eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dan pangkalan data dan dipublikasikan di internet dan media lain untuk kepentingan akademis selama tetap menyantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/ Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, Maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, Mei 2025

Yang Menyatakan



Hadi Pranoto Aji

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Tiada laporan paling inti didalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Laporan ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua,sahabat, serta teman teman saya yang selalu memberi suppot untuk menyelesaikan skripsi ini. Terlambat lulus bukanlah suatu kejahatan, bukanlah suatu aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang dengan hanya dari yang paling lulus cepat . Bukankah sebaik baiknya skripsi yang selesai ? karena ada suatu hal yang di balik itu semua , dan percayalah alasan saya disini sepenuhnya baik.
2. Kepada kedua orang tuaku ibuku dan ayahku terimakasih atas doa,dukungan ,dan kasih sayang,terimakasih atas dukungan yang tangguh meskipun ayah dan ibuku tidak pernah duduk di bangku kuliah namun mereka berhasil membuat anak pertamanya menempuh pendidikan sampai sarjana.
3. Kepada sahabat sahabatku,yang selalu membantu,mendukung dan motivasi bahwa tugas skripsi ini bisa selesai.
4. Kepada diri sediri yang memiliki keinginan tinggi namun sulit dimengerti isi kepalanya,tetapi kadang sifatnya seperti anak pada umumnya. Terimakasih untuk segala perjuangan, kesabaran, dan ketekunan dalam setiap langkah yang penuh tantangan. Perjalan menuju finis bukanlah lomba sprint , tetapi lebih seperti lomba maraton yang memerlukan ketekunan, kesabaran dan tekad yang kuat.



HALAMAN MOTTO

“Kerja keras tidak pernah mengkhianati hasil.”

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”
(QS. Al-Baqarah: 286)

“Belajar bukan tentang siapa yang paling cepat, tapi siapa yang tidak berhenti.”



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun proposal penelitian yang berjudul **“Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Pegadaian UPC Winong dengan Menggunakan Metode IPA dan PGCV”** dengan lancar.

Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu bagian dari proses penyelesaian studi dan sebagai bentuk kontribusi dalam mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan yang berdampak pada kepuasan pelanggan, khususnya di lingkungan Pegadaian UPC Winong.

Penulis menyadari bahwa tersusunnya laporan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir dengan baik
2. Ayah dan Ibu saya, Bapak Nyamani serta Ibu Rumiati, serta adik saya Dwi Hadi Prayoga, selalu mengirimkan doa-doa yang penuh harapan dan menjadi penyemangat bagi saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ibu Dr.Ir.Novi Marlyana, ST.,MT.,IPU.ASEAN.Eng sebagai dosen pembimbing satu dan Ibu Dana Prianjani ST.,MT sebagai dosen pembimbing dua yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini
4. Nuzulia Khoiriyah,ST,MT selaku dosen penguji satu dan Bapak Ir.Sukarno Budi U.,M.T. dosen penguji dua yang telah banyak memberikan masukan dan saran untuk penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dr.Ir.Novi Marlyana, ST .,MT .,IPU.ASEAN.Eng selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri
6. Ibu Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng selaku ketua Program Studi Teknik Industri
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Teknik Industri yang telah memberikan ilmu selama dibangku perkuliahan.
8. Staff dan Karyawan Fakultas Teknologi Industri yang sudah membantu dalam segala urusan tugas akhir.

9. Pimpinan dan staf Pegadaian UPC Winong yang telah memberikan kesempatan serta data yang dibutuhkan untuk kelancaran penelitian.
10. Keluarga dan teman-teman yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan moral.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajian. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga laporan tugas akhir penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, khususnya dalam pengembangan kualitas pelayanan di lembaga keuangan seperti Pegadaian.

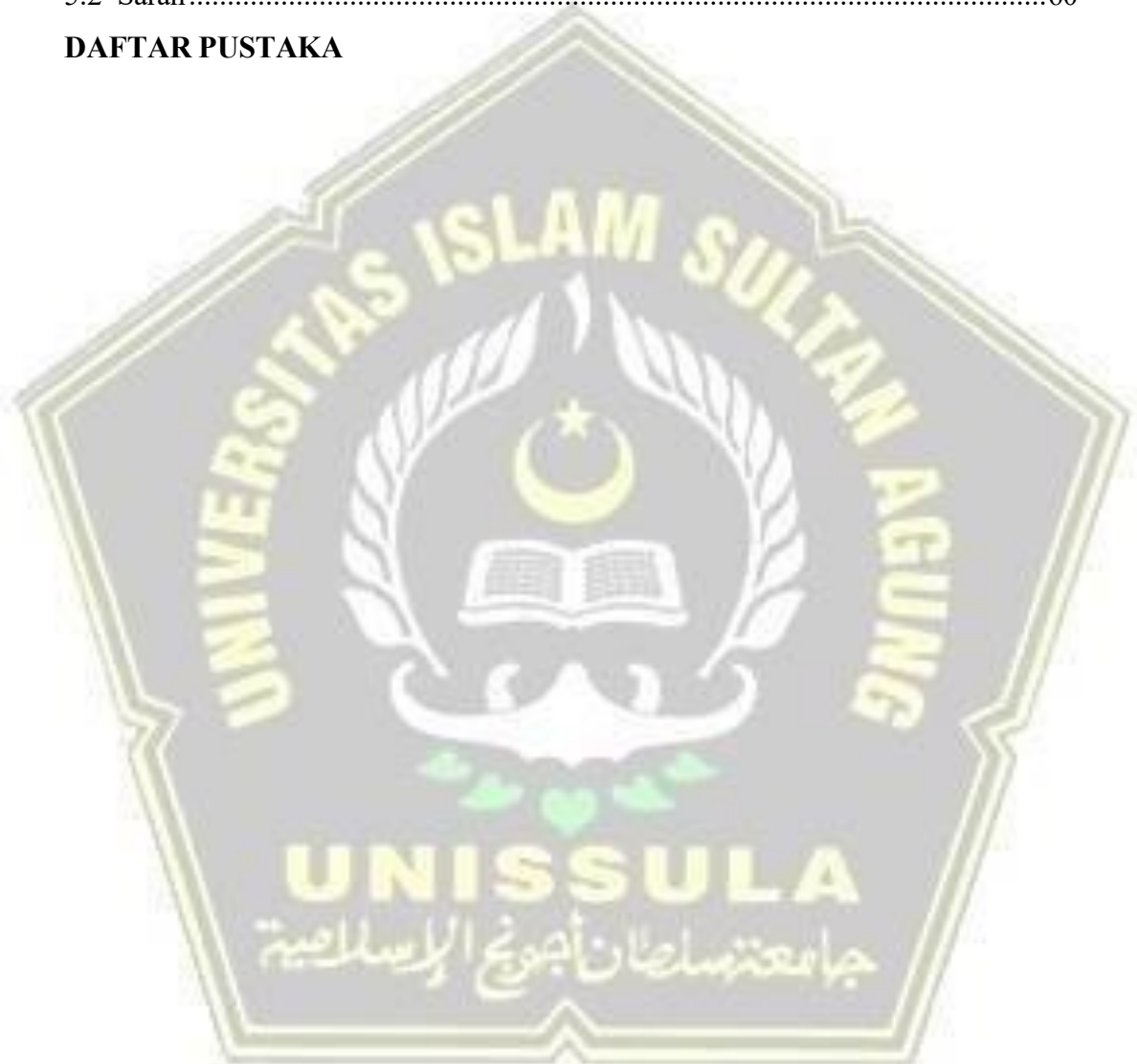


DAFTAR ISI

COVER DALAM BAHASA INDONESIA	1
COVER DALAM BAHASA INGGRIS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR ISTILAH.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Jasa.....	16
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	17
2.2.3 Kepuasan Konsumen.....	19

2.2.4 Uji Validitas	22
2.2.5 Uji Reliabilitas	23
2.2.6 Penentuan Sampel	24
2.2.7 Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	24
2.2.8 Metode <i>Potential Gain in Customer Values</i> (PGCV)	27
2.3 Hipotesis dan Kerangka Teoritis	28
2.3.1 Hipotesis	29
2.3.2 Kerangka Teoritis	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Pengumpulan Data	31
3.1.1 Pengambilan Data	31
3.1.2 Penyusunan Kuisisioner	31
3.1.3 Populasi dan Sampel	31
3.1.4 Teknik Sampling	31
3.2 Teknik Pengumpulan Data	32
3.2.1 Kuesioner	32
3.3 Pengujian Hipotesa	33
3.4 Metode Analisis	33
3.5 Pembahasan	36
3.6 Penarikan Kesimpulan	36
3.7 Diagram Alir	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Pengumpulan Data	38
4.1.1 Penyusunan Atribut Kuisisioner	38
4.1.2 Penentuan Sampel	39
4.1.3 Karakteristik Responden	40
4.2 Pengolahan Data	41
4.2.1 Pengujian Data	41
4.2.2 Pengolahan Data <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	45
4.3 Analisa dan Interpretasi	55
4.3.1 Analisa Hasil Pengujian Data	55

4.3.2 Analisa Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	56
4.3.3 Analisa Metode <i>Potential Gain in Costumer Value</i> (PGCV)	57
4.4 Pembuktian Hipotesa.....	58
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	

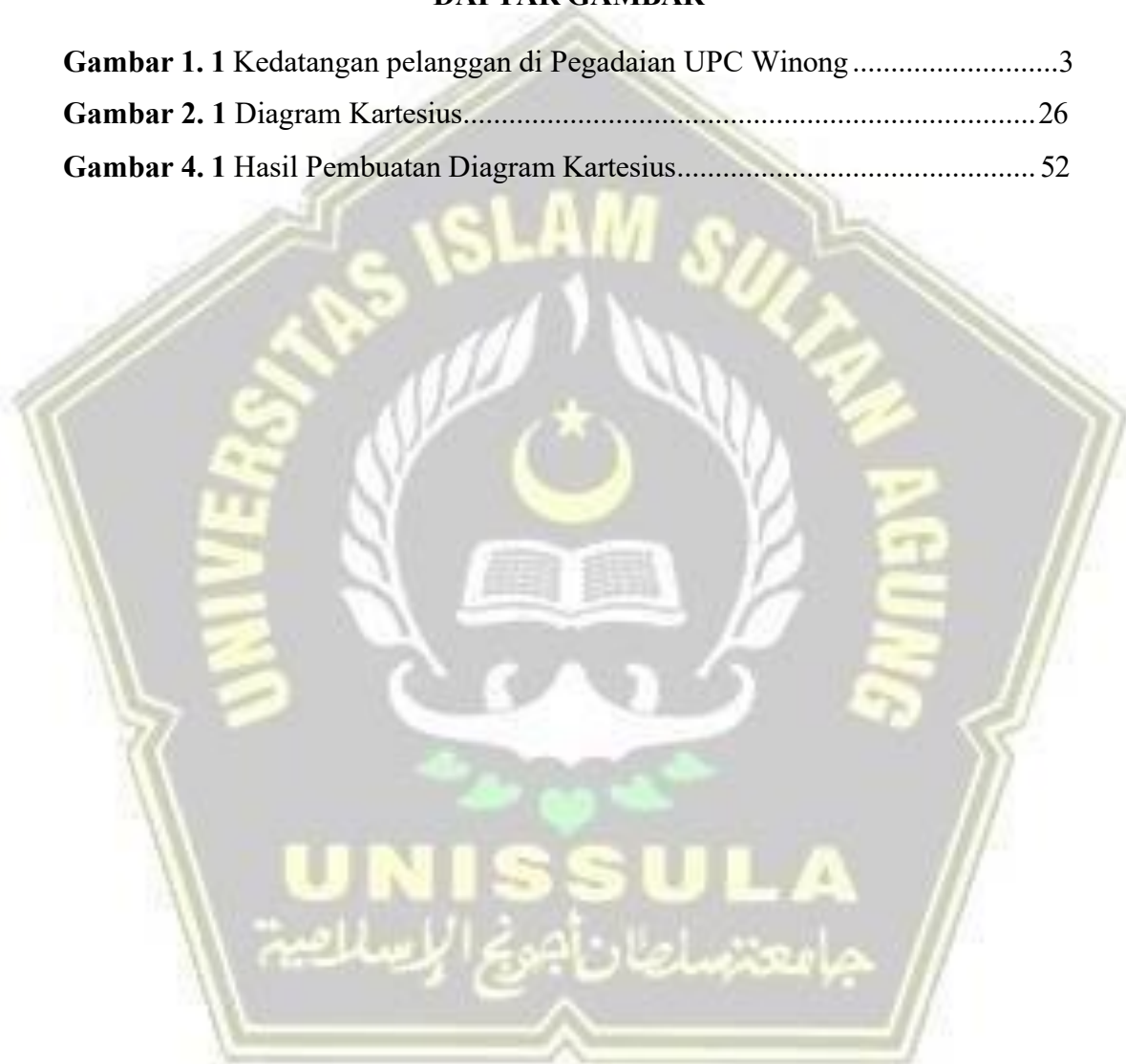


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pelanggan Tahun 2022 dan 2023	2
Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka.....	10
Tabel 4. 6 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 7 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Menggunakan <i>Software</i> SPSS	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Menggunakan <i>Software</i> SPSS	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Menggunakan <i>Software</i> SPSS	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan Menggunakan <i>Software</i> SPSS.....	44
Tabel 4. 12 Perhitungan total skor dan rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelanggan	46
Tabel 4. 13 Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian	48
Tabel 4. 14 Keputusan <i>Hold and Action</i>	50
Tabel 4. 15 Atribut - atribut pada Kuadran I Berdasarkan Perhitungan Metode IPA	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kedatangan pelanggan di Pegadaian UPC Winong	3
Gambar 2. 1 Diagram Kartesius.....	26
Gambar 4. 1 Hasil Pembuatan Diagram Kartesius.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian (Kuisisioner Terbuka dan Tertutup)

Lampiran 2 : Data Mentah Hasil Kuesioner Responden

Lampiran 3 : Contoh pengisian kuisisioner

Lampiran 4 : Kuisisioner Tertutup

Lampiran 5 : Contoh Jawaban Kuisisioner Tertutup

Lampiran 6 : Data Tingkat kepentingan

Lampiran 7 : Dokumentasi



DAFTAR ISTILAH

- IPA (Importance Performance Analysis) : Metode untuk mengukur kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan dari perspektif pelanggan.
- PGCV (Potential Gain in Customer Value) : Metode untuk menentukan prioritas perbaikan pelayanan berdasarkan potensi peningkatan nilai kepuasan pelanggan.
- TK (Tingkat Kesesuaian) : Rasio antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan, digunakan untuk menentukan keputusan hold atau action.
- ACV (Achieve Customer Value) : Nilai kepuasan pelanggan saat ini berdasarkan penilaian kinerja dan kepentingan.
- UDCV (Ultimately Desired Customer Value): Nilai maksimal yang diharapkan pelanggan berdasarkan penilaian kepentingan dan skor maksimal kinerja.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan Pegadaian UPC Winong dalam kaitannya dengan tingkat kepuasan pelanggan. Permasalahan yang diidentifikasi adalah belum optimalnya pelayanan yang ditunjukkan oleh adanya beberapa atribut layanan yang memiliki tingkat kepuasan di bawah rata-rata, sehingga mencerminkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan kinerja aktual. Dalam menjawab permasalahan tersebut, digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Metode IPA digunakan untuk memetakan 27 atribut layanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja, guna mengidentifikasi atribut yang perlu menjadi prioritas perbaikan. Sedangkan metode PGCV digunakan untuk mengukur potensi peningkatan nilai pelanggan dari masing-masing atribut jika dilakukan perbaikan layanan. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden pelanggan aktif Pegadaian UPC Winong. Hasil analisis menunjukkan bahwa sejumlah atribut, seperti kemampuan petugas dalam menangani keluhan, kecepatan dan keramahan pelayanan, serta ketersediaan fasilitas pendukung, memiliki tingkat kesesuaian di bawah rata-rata (96,36%) dan tergolong dalam Kuadran I IPA, yang berarti harus menjadi prioritas utama dalam upaya perbaikan. Temuan dari metode PGCV juga menunjukkan bahwa atribut-atribut tersebut memiliki potensi peningkatan nilai yang tinggi terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini memberikan landasan strategis bagi Pegadaian UPC Winong dalam menyusun langkah-langkah peningkatan kualitas pelayanan secara efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: IPA, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, PGCV, Pegadaian UPC Winong

ABSTRACT

This study aims to analyze the service quality of Pegadaian UPC Winong in relation to customer satisfaction levels. The identified problem is the suboptimal quality of services, as reflected by several service attributes that fall below the average satisfaction level, indicating a gap between customer expectations and actual performance. To address this issue, the study employs the Importance Performance Analysis (IPA) and Potential Gain in Customer Value (PGCV) methods. IPA is used to map 27 service attributes based on their importance and performance levels, in order to identify areas that should be prioritized for improvement. PGCV, on the other hand, is used to measure the potential value gain from each attribute if service enhancements are made. Data were collected through questionnaires distributed to 100 active customers of Pegadaian UPC Winong. The results show that several attributes—such as staff ability to handle complaints, speed and friendliness of service, and the availability of supporting facilities—have a conformity level below the average (96.36%) and fall into Quadrant I of the IPA matrix, indicating that they should be prioritized for improvement. PGCV analysis also reveals that these attributes have high potential to increase customer value. The findings provide a strategic foundation for Pegadaian UPC Winong to implement effective and sustainable service quality improvements.

Keywords: *customer satisfaction, IPA, PGCV, Pegadaian UPC Winong, service quality*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman pada era globalisasi ini terdapat persaingan bisnis maupun usaha yang semakin pesat. Dimana hal ini akan menjadi sebuah tantangan bagi para pelaku usaha untuk memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan tersebut para pelaku usaha harus memiliki suatu produk atau jasa yang lebih unggul agar mampu bertahan dalam bersaing dengan pelaku usaha lainnya (Umam & Hariastuti 2018). Upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Hal ini nantinya akan menjadi parameter keberhasilan sebuah bisnis maupun usaha.

Suatu bisnis atau usaha yang mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen membuat perusahaan tersebut mendapatkan citra positif dimata konsumen. Dengan memberikan pelayanan terbaik dapat mendorong minat konsumen untuk menggunakan kembali jasa tersebut sehingga tercipta loyalitas Umam & Hariastuti (2018). Pegadaian UPC Winong berlokasi di Jl. Winong-Gabus, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati. Lokasi ini dipilih karena memiliki posisi strategis, khususnya di dekat pasar yang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat. Keberadaan Pegadaian di lokasi ini bertujuan untuk mempermudah akses masyarakat terhadap layanan keuangan, terutama bagi para pedagang dan pelaku usaha kecil yang sering membutuhkan modal kerja tambahan.

Pegadaian Unit Pelayanan Cabang (UPC) Winong merupakan salah satu unit yang secara langsung berinteraksi dengan masyarakat dalam memberikan layanan. Keberhasilan unit ini sangat bergantung pada bagaimana pelanggan menilai kinerja pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi pelanggan terhadap pelayanan Pegadaian UPC Winong melalui pengukuran tingkat kepentingan (*importance*) dan kepuasan (*satisfaction*) terhadap elemen-elemen pelayanan yang ada.

Dengan mengetahui elemen pelayanan apa saja yang dianggap paling penting, dan seberapa puas pelanggan terhadap elemen-elemen tersebut, maka pihak manajemen dapat menentukan prioritas dalam perbaikan dan pengembangan layanan. Pengukuran ini juga dapat mengidentifikasi kesenjangan (gap) antara harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan.

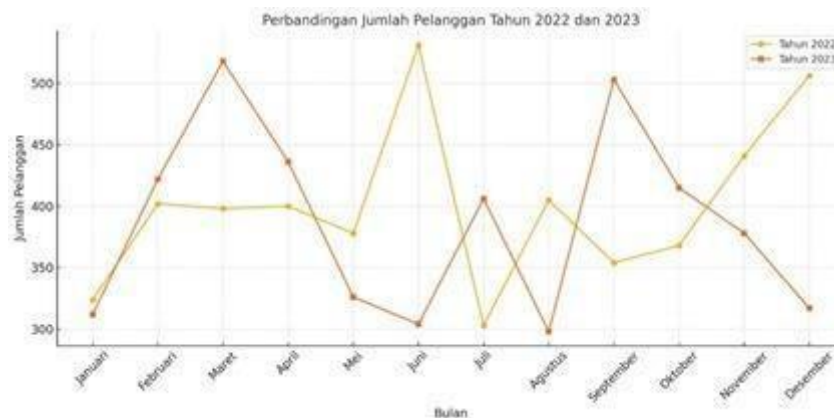
Penelitian mengenai kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan di Pegadaian UPC Winong sangat diperlukan sebagai bentuk evaluasi kinerja pelayanan dan sebagai dasar dalam penyusunan strategi peningkatan kualitas layanan di masa mendatang.

Berdasarkan data jumlah pelanggan pada tahun 2022 dan 2023, terjadi fluktuasi jumlah pelanggan setiap bulan sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1. 1 Data Pelanggan Tahun 2022 dan 2023

Bulan	Jumlah Pelanggan Tahun 2022	Jumlah Pelanggan Tahun 2023
Januari	324	312
Februari	402	422
Maret	398	518
April	400	436
Mei	378	326
Juni	531	304
Juli	303	406
Agustus	405	298
September	354	503
Oktober	368	415
November	441	378
Desember	506	317
Jumlah data	4.810	4.635

Grafik berikut menggambarkan perbandingan jumlah pelanggan antara tahun 2022 dan 2023:



Gambar 1. 1 Kedatangan pelanggan di Pegadaian UPC Winong

Berdasarkan pada gambar 1.1 dapat diketahui bahwa dalam Pegadaian UPC Winong ini didapatkan jumlah data pelanggan pada tahun 2022 dan 2023 yang bersifat fluktuatif. Dapat dilihat pada tahun 2022, pada bulan Januari – Mei terjadi kenaikan dan penurunan jumlah kedatangan pelanggan, lalu pada bulan Juni – Agustus terjadi kenaikan dan penurunan jumlah kedatangan pelanggan tiap bulannya. Selanjutnya pada bulan September – Desember terjadi kenaikan jumlah kedatangan pelanggan. Selain itu, pada tahun 2023 bulan Januari – Maret jumlah pelanggan mengalami kenaikan, lalu pada bulan April – Juni mengalami penurunan jumlah pelanggan, Juli sampai September terjadi perubahan kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Selanjutnya pada bulan Oktober – Desember terjadi penurunan jumlah pelanggan.

Studi pendahuluan dilanjutkan dengan *survey* langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 pelanggan yang telah menggunakan jasa layanan di Pegadaian UPC Winong. Dapat dikatakan pada penyebaran kuesioner tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan relatif lebih rendah. Hal ini disebabkan karena adanya beberapa pelanggan yang belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan di Pegadaian UPC Winong. Berikut ini adalah hasil rekap kuesioner yang dilakukan peneliti kepada pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan di Pegadaian UPC Winong terkait dengan atribut yang diprioritaskan pelanggan untuk segera dilakukan perbaikan. Diantaranya adalah ketersediaan ruang tunggu yang memadai, tempat parkir aman dan memadai, pelayanan dilakukan dengan cepat, adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani, adanya papan informasi

yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan, fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi, karyawan dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat. Dengan adanya keluhan yang dirasakan pelanggan dapat memungkinkan pelanggan berpindah ke pelayanan yang lain, maka perlu adanya metode yang tepat yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan di Pegadaian UPC Winong.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada di atas maka yang menjadi pokok permasalahan ini adalah :

- a. Apakah terdapat kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan di Pegadaian UPC Winong?
- b. Apa saja yang perlu di perbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Pegadaian UPC Winong agar memberikan kepuasan bagi pelanggan dalam pelayanan?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan lebih terarah, maka penulis melakukan pembatasan masalah dalam lingkup penelitian. Pembatasan masalah yang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini menganalisis kualitas pelayanan di Pegadaian UPC Winong terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan transaksi di Pegadaian UPC Winong.
- c. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu kuisisioner terbuka dan kuisisioner tertutup. Dimana dalam setiap pernyataan pada kuisisioner tertutup disediakan alternatif jawaban yang memungkinkan responden untuk memilih jawaban yang sesuai dengan pendapatnya.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Menganalisis kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Pegadaian UPC Winong.

- b. Untuk mengetahui atribut-atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kesesuaian dan ideks potensi peningkatan kepuasan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dalam penelitian ini adalah :

- a. Hasil penelitian ini dapat membantu Pegadaian UPC Winong dalam meningkatkan kualitas pelayanan.
- b. Penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan beberapa masukan yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan kebijakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk memperbaiki lagi kualitas pelayanan dibandingkan dengan pelayanan sebelumnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan Tugas Akhir ini terbagi dalam beberapa bab, antara lain :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang dalam melakukan penelitian, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang diperlukan untuk memecahkan masalah serta berbagai referensi yang dijadikan landasan penelitian ini dilakukan.

BAB III METODE PENELITIAN

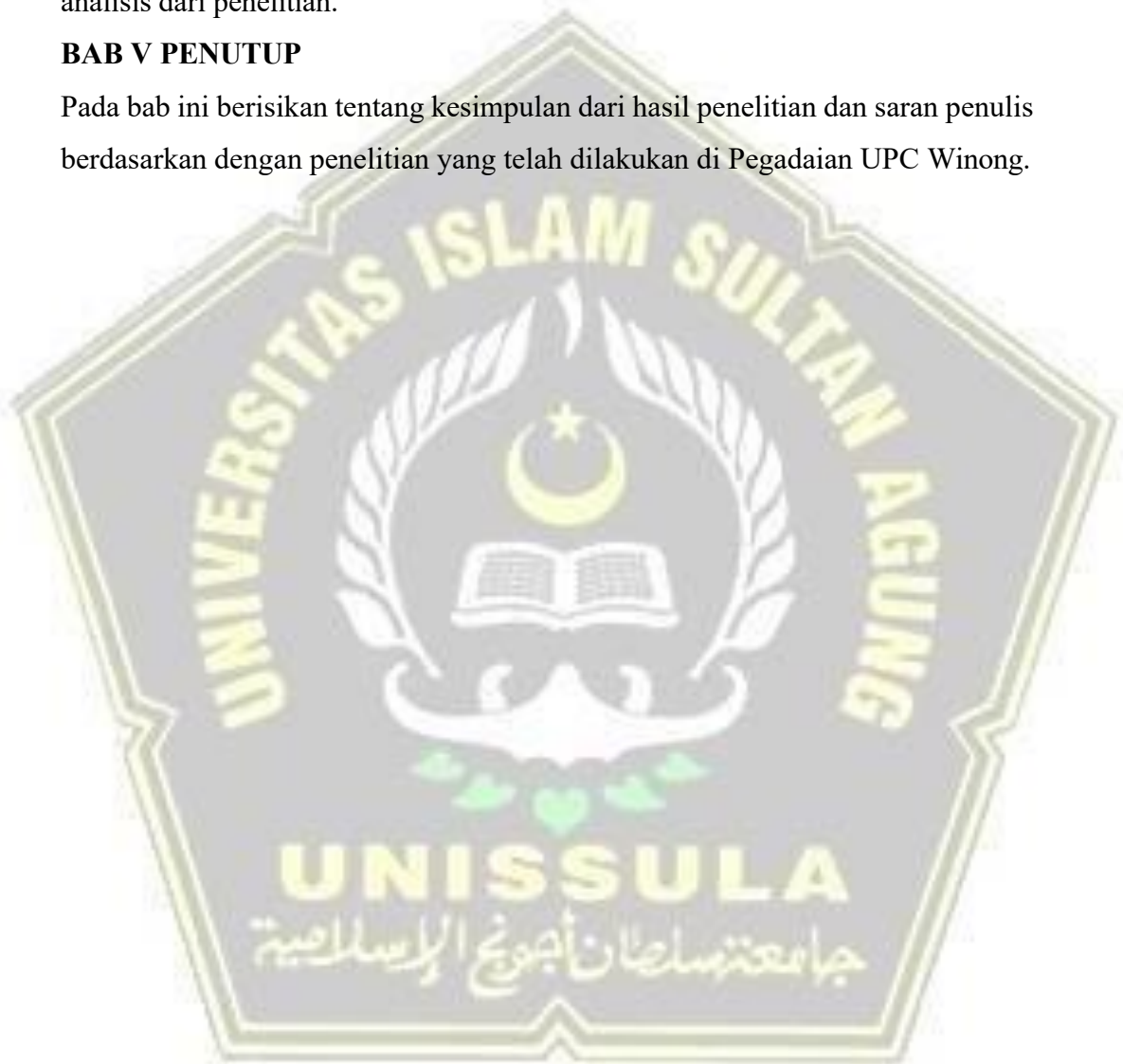
Pada bab ini berisikan tentang urutan langkah dan metode-metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah, metode pengumpulan data, uji keabsahan data, dan pengolahan data yang dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi lokasi penelitian, hasil penelitian beserta pengolahan data penelitian tugas akhir berupa data mentah dari hasil penyebaran kuisioner kemudian dilanjutkan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, mencari atribut yang diprioritaskan dengan metode IPA, selanjutnya menghitung indeks PGCV untuk menentukan atribut yang diprioritaskan secara lebih rinci, serta analisis dari penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran penulis berdasarkan dengan penelitian yang telah dilakukan di Pegadaian UPC Winong.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada studi literatur ini akan dibahas mengenai hasil dari penelitian yang sudah ada sebelumnya diantaranya adalah sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh (Umam & Hariastuti, 2018) yang membahas tentang “Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan *costumer* OIS *Photography* terhadap pelayanan dan kinerja perusahaan yang sudah dirasakan serta menentukan kriteria-kriteria yang menjadi prioritas pelayanan. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut berupa adanya atribut yang dianggap penting dan perlu diprioritaskan untuk kepuasan konsumen yaitu pada variasi pilihan jasa yang beragam, masa tunggu hasil cetak foto yang tidak terlalu lama, dan kemampuan karyawan dalam memahami keinginan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh (Sukwadi, 2014) membahas tentang “Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Transjakarta Dengan Menggunakan Metode IPA-PGCV”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diinginkan oleh masyarakat terhadap pelayanan yang mereka peroleh. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah dapat diketahuinya urutan prioritas perbaikan dalam pelayanan tersebut berupa kemudahan penumpang dalam memberikan saran, waktu untuk mengantri tiket, kemudahan penumpang dalam menyampaikan pengaduan, ketersediaan fasilitas bagi penumpang yang disabilitas, penampilan pegawai, biaya TransJakarta, kemudahan penumpang dalam menjangkau halte dan jumlah armada bus TransJakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo & Riandadari, 2015) yang membahas tentang “Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) di PT. Arina Parama Jaya Gresik”.

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisa kepuasan pelanggan terhadap atribut-atribut mutu pelayanan dan untuk menganalisa atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah didapatkan rata-rata tingkat kesesuaian sebesar 94%. Dalam diagram kartesius terdapat 13 atribut pelayanan yang dianggap sangat penting yang dimana terletak pada bagian kuadran A sebanyak 6 atribut dan pada bagian kuadran B terdapat 7 atribut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Martha, 2019) yang membahas tentang “Analisis Kualitas Pelayanan Akademik Dengan Metode SERVPERF dan IPA”. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas pelayanan akademik FMIPA Untan pada mahasiswa tahun 2017/2018. Hasil penelitian yang diperoleh dalam perhitungan tersebut adalah menunjukkan bahwa ada beberapa atribut yang memerlukan perbaikan meliputi kemudahan memperoleh informasi bagi mahasiswa, proses pelayanan yang cepat dan tidak berbelit terkait dengan kebutuhan mahasiswa dan kesabaran petugas dalam menanggapi keluhan mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh (Affiudin & Sulistyawati, 2019) membahas tentang “Analisa Peningkatan Kualitas Pada Pelayanan PT. Sucofindo *Analytical* Laboratorium Surabaya Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara membandingkan persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan mengenai kinerja PT. Sucofindo *Analytical* Laboratorium Surabaya. Hasil yang diperoleh setelah melakukan penelitian yaitu terdapat lima hal penting yang perlu di improvisasi yaitu mengenai tercantumnya harga jasa, area parkir yang luas dan mudah, harga yang standar untuk laboratorium pengujian, sering ada promo atau potongan harga, dan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial.

Penelitian ini dilakukan oleh (Siregar, 2006), yang membahas tentang “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Index Potential Gain Customer Value* (PGCV) Di PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan yang berkaitan

dengan kepuasan nasabah Bank Muamalat. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah terdapat 6 variabel kunci yang harus diperbaiki pihak Bank Muamalat, diantaranya adalah kenyamanan ruangan (keberadaan AC), pengaturan kursi untuk menunggu, lokasi bank yang strategis, penguasaan dan pengetahuan karyawan, jaminan kerahasiaan nasabah, dan keamanan dalam bertransaksi.

Penelitian ini dilakukan oleh (Wicaksono et al., 2003), yang membahas tentang “Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Kesehatan Dengan Menggunakan Metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) Dan *Entropy*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui nilai kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi pelanggan kemudian mengetahui atribut apa saja yang perlu diprioritaskan dalam perbaikan layanan rumah sakit. Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah terdapat lima atribut yang perlu mendapatkan perbaikan berdasarkan hasil perhitungan PGCV. Adapun rekomendasi perbaikan antara lain melakukan penerapan 5R dan audit kebersihan, melengkapi peralatan dan penunjang sesuai standar, melengkapi obat yang tersedia di apotek rumah sakit dan lain-lain.

Penelitian ini dilakukan oleh (Sugijanto & Surabagiarta, 2016), yang membahas tentang “Analisis Tingkat Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano dan *Importance Performance Analysis* (IPA)”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi atribut-atribut layanan fungsional dan disfungsional, mengetahui nilai kategori atau *grade* tiap – tiap atribut, mengukur hubungan antara persepsi dan tingkat kepentingan tiap atribut dan menghasilkan atribut prioritas utama yang harus dilakukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah pada hasil diagram model Kano terdapat 2 atribut yang berkategori *attractive*, sedangkan yang berkategori *one-dimensional* sebanyak 6 atribut, dan ada 1 atribut yang termasuk kategori *must-be*. Lalu pada skor penilaian yang dipetakan pada diagram kartesius, atribut yang menempati kuadran I adalah ketersediaan fasilitas toilet yang diharapkan oleh konsumen.

Tabel 2. 1 Tinjauan Pustaka (hasil)

No.	Penulis	Judul Penelitian	Sumber	Masalah	Metode
1.	Umam & Hariastuti (2018)	Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) Dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan VI 2018 Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.	Permasalahan yang dialami perusahaan adalah perusahaan ingin mengetahui karakteristik konsumen untuk menentukan strategi yang terbaik dalam memberikan pelayanan.	.Metode <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)
2.	Sukwadi (2014)	Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan TransJakarta dengan Menggunakan Metode IPA-PGCV	Jurnal Rekayasa Sistem Industri Vol.5, No.2, 2015	Permasalahan yang terjadi adalah masyarakat yang semakin kritis dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan transportasi menjadikan perusahaan harus menganalisis kepentingan atau harapan masyarakat.	Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV)

Tabel 2.1 Lanjutan

No.	Penulis	Judul Penelitian	Sumber	Masalah	Metode
3.	Purnomo & Riandadari (2015)	Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) Di PT. Arina Parama Jaya Gresik	JTM. Volume 03 Nomor 03 Tahun 2015, 54-63	Perusahaan ingin memperbaiki pelayanan sesuai harapan pelanggan guna memberikan kepuasan bagi para pelanggan dan memenangkan persaingan ditengah persaingan yang semakin ketat.	Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)
4.	Putri & Martha (2019)	Analisis Kualitas Pelayanan Akademik Dengan Metode Servperf Dan IPA	Buletin Ilmiah Math. Stat. Dan Terapannya (Bimaster)	Permasalahan yang dialami adalah banyaknya tugas yang dilakukan pada bagian akademik FMIPA yang berinteraksi langsung dengan mahasiswa. Untuk memberikan kepuasan terhadap mahasiswa maka perlu dilakukan evaluasi untuk memperbaiki mutu pelayanan.	Metode <i>Service Performance</i> (SERVPERF) dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)

Tabel 2.1 Lanjutan

No.	Penulis	Judul Penelitian	Sumber	Masalah	Metode
5.	Affiudin & Sulistyawati (2019)	Analisa Peningkatan Kualitas Pada Pelayanan PT. Sucofindo <i>Analytical</i> Laboratorium Surabaya Dengan Menggunakan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Potential Gain In Customer Value</i> (PGCV)	Jurnal Bisnis Indonesia, Vol. 10 No. 2 Oktober 2019, 238-251	Permasalahan yang dialami dalam perusahaan tersebut adalah PT. Sucofindo <i>Analytical</i> Laboratorium Surabaya belum maksimal dalam memuaskan hasrat pelanggan, untuk itu perlu dianalisis faktor apa yang berpengaruh dalam pengukuran kualitas pelayanan.	Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Potential Gain In Customer Value</i> (PGCV)
6.	Siregar (2006)	Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode <i>Index Potential Gain In Customer</i> (PGCV) Di PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan	Jurnal Sistem Teknik Industri Volume 7, No.4 Oktober 2006	Perusahaan ingin meningkatkan kualitas pelayanan jasa perbankan muamalat terhadap nasabah, dengan mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang diberikan dilihat dari sudut pandang nasabah.	Metode <i>Potential Gain In Customer</i> (PGCV)

Tabel 2.1 Lanjutan

No.	Penulis	Judul Penelitian	Sumber	Masalah	Metode
7.	Wicaksono, Setyanto, & Oktaviany (2003)	Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Kesehatan Dengan Menggunakan Metode <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV) dan <i>Entropy</i>	Jurnal Artikel page 637-647 2003	Permasalahan yang dialami dalam perusahaan tersebut adalah setiap bulan ada komplain dari pihak pasien maupun keluarga pasien tidak hanya dari pelayanan yang dilakukan oleh tim medis tetapi masalah administrasi, keamanan, kebersihan.	Metode <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV) dan <i>Entropy</i> .
8.	Sugijanto & Surabagiarta (2016)	Analisis Tingkat Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).	Majalah Ekonomi_ ISSN No. 1411-9051_Vol. XXI Nomor 1 Juli 2006	Perusahaan ingin mengembangkan menu makanan yang unik agar dapat membuat penasaran bagi konsumen untuk ikut mencoba merasakan, maka dari itu perusahaan hendak melakukan analisis layanan.	Model Kano dan metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).

Pada tabel 2.1 di atas dijelaskan beberapa metode yang umum digunakan untuk mengurangi masalah-masalah yang ada pada perusahaan terutama terkait dengan masalah sehingga kualitas pelayanan perusahaan dapat ditingkatkan. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan permasalahan kualitas pelayanan pada perusahaan antara lain Metode *Importance Perrformanc Analysis* (IPA) Dan *Pontesial Gain In Costomer Value* (PGCV).

Karakteristik utama dari metode SERVPERF adalah kesederhanaan dan efisiensi, karena hanya menilai pengalaman pelanggan terhadap layanan yang mereka terima, sehingga lebih mudah diukur dan lebih akurat dalam mencerminkan kepuasan pelanggan. Metode ini juga berbasis persepsi pelanggan, di mana pengukuran dilakukan melalui survei atau kuesioner yang menilai dimensi utama kualitas layanan, seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Selain itu, SERVPERF memiliki validitas yang lebih tinggi dibandingkan SERVQUAL dalam beberapa penelitian, karena menghilangkan variabel ekspektasi yang bisa subjektif dan bervariasi antar individu.

Karakteristik yang sistematis dan terstruktur dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan suatu perusahaan. Metode ini dikembangkan berdasarkan konsep yang diperkenalkan oleh Fornell et al. (1996) dalam American Customer Satisfaction Index (ACSI), yang kemudian menjadi acuan dalam berbagai industri dan negara. CSI berfokus pada pengukuran persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, nilai yang dirasakan, serta ekspektasi yang mereka miliki sebelum menggunakan layanan atau produk tertentu.

Karakteristik dari Metode Servqual adalah metode yang sering digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Pengukuran mutu untuk produk fisik tidak sama dengan industri jasa. Analisis diawali dengan sebuah kuisisioner yang disebarakan kepada konsumen, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala (Likert), yaitu apakah menurut nasabah hal tersebut penting untuk dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik atau tidak baik.

Karakteristik metode Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977. Metode ini dimaksudkan sebagai kerangka kerja didalam memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari expectation (importance atau tingkat kepentingan) terkait dengan suatu atribut serta penilaian pelanggan terhadap kinerja organisasi (performance) dilihat dari atribut terkait.

Karakteristik dari Metode PGCV dapat digunakan untuk menentukan atribut-atribut kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan dan diprioritaskan agar meningkatkan kepuasan bagi pelanggan. Prioritas dalam meningkatkan kualitas pelayanan atas atribut-atribut yang diukur dilihat berdasarkan besarnya nilai indeks PGCV. Atribut dengan nilai indeks PGCV terbesar menjadi prioritas pertama dalam perbaikan dan seterusnya hingga atribut dengan nilai indeks PGCV terkecil.

Dari beberapa metode di atas dapat disimpulkan Metode *Importance-Performance Analysis (IPA)* dan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)* dipilih dibanding metode lain karena mampu memberikan analisis yang lebih strategis dan berbasis prioritas dalam meningkatkan kualitas layanan. IPA memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi aspek layanan yang memiliki kepentingan tinggi bagi pelanggan tetapi kinerja rendah, sehingga memerlukan perbaikan segera. Keunggulan metode ini terletak pada kesederhanaannya dalam memetakan data ke dalam matriks dua dimensi, yang membantu dalam prioritisasi perbaikan dan pengambilan keputusan secara efisien. Sementara itu, PGCV melengkapi analisis IPA dengan menilai potensi peningkatan nilai pelanggan, sehingga perusahaan dapat menentukan perbaikan yang memberikan dampak terbesar terhadap pengalaman pelanggan. Dibandingkan dengan metode lain seperti SERVQUAL, yang hanya mengukur kesenjangan antara harapan dan kenyataan, IPA dan PGCV lebih fokus pada tindakan perbaikan. Jika dibandingkan dengan SERVPERF, yang hanya menilai kinerja layanan, IPA dan PGCV mempertimbangkan tidak hanya performa tetapi juga kepentingan pelanggan serta nilai tambah yang bisa diperoleh. Selain itu, dibandingkan dengan Customer Satisfaction Index (CSI), yang hanya memberikan skor indeks

kepuasan secara umum, IPA dan PGCV memberikan pemetaan lebih spesifik terhadap aspek yang perlu diperbaiki. Dengan keunggulan ini, IPA dan PGCV menjadi metode yang lebih efektif dalam membantu perusahaan mengalokasikan sumber daya secara optimal untuk meningkatkan aspek layanan yang paling berdampak pada kepuasan pelanggan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Jasa

a. Pengertian Jasa

Kotler dan Keller (2016 :422) dalam Wahyuddin, (2024) mendefinisikan jasa sebagai Tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu dan produksinya tidak terikat pada suatu produk fisik. Jasa merupakan fenomena yang rumit (complicate), kata jasa mempunyai banyak arti dan ruang lingkup, dari kata yang paling sederhana yaitu berupa pelayanan dari seseorang kepada orang lain. Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

b. Karakteristik Jasa

Karakteristik Jasa merupakan sifat dari jasa yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya yang berfungsi guna membedakan produk barang. Menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip dari (Rahmah, 2017), terdapat 4 karakteristik jasa diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa bersifat tidak berwujud maksudnya adalah jasa yang tidak dapat dilihat, didengar, diraba, dan dicium sebelum jasa tersebut telah diterima.

2. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bervariasi adalah jasa yang bersifat non standart dan sangat *variable*. Yang mana dengan kualitas produk fisik yang telah terstandart, Adapun kualitas pelayanan jasa tergantung dengan siapa yang menyediakan, kapan, dimana dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena hal tersebutlah jasa dikatakan bervariasi.

1. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa dikatakan *inseparability* apabila jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan dengan partisipasi konsumen di dalamnya.

2. Tidak dapat disimpan (*Perishability*)

Nilai jasa hanya terlihat ketika jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh pelanggan atau konsumen. Karakteristik yang satu ini berbeda dengan barang berwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan, serta digunakan lain waktu.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas

Menurut Tjiptono (2004), Mendefinisikan bahwa kualitas sebagai kesesuaian untuk digunakan (*fitness* untuk digunakan). Pengertian lain yang menekankan orientasi harapan pelanggan pertemuan. Menurut Kotler (1997), Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang mendukung kemampuan untuk memuaskan kebutuhan.

b. Pengertian Pelayanan

Menurut (Haksever, 2000), pelayanan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk dan kegunaan psikologis. Pelayanan atau *service* bisa dikelompokkan menjadi 2 yaitu :

- *High Contact Service* adalah sebuah klasifikasi dari sebuah pelayanan jasa dimana kontak antara konsumen dan juga penyedia jasa sangatlah tinggi, konsumen selalu terlibat di dalam sebuah proses dari layanan jasa tersebut.

- *Low Contact Service* adalah klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dengan sebuah penyedia jasa tidaklah terlalu tinggi. *Physical contact* dengan konsumen hanyalah terjadi di *front desk* yang termasuk ke dalam klasifikasi *low contact service*. Misalkan lembaga keuangan.

c. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah konsepsi yang abstrak dan sulit dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparability*). (Winarno & Absor, 2018)

d. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Unsur kualitas pelayanan merupakan sebuah temuan dari A. Pasuraman. Dimensi kualitas pelayanan (*servqual*) ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuisioner. Berikut ini adalah 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Kotler dan Armstrong yang dikutip oleh (Syarif, 2019):

- *Reliability*

Reliability adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan secara akurat serta terpercaya. Dimana kinerjanya harus sesuai dengan harapan pelanggan terkait ketepatan waktu, pelayanan sama untuk seluruh pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik serta dengan ketelitian yang tinggi.

- *Assurance*

Assurance adalah pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan kepada pelanggan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, serta kesopanan.

- *Tangible*

Tangible adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan eksistensinya kepada pihak luar.

- *Empathy*

Empathy adalah memberikan pelayanan yang tulus dan bersifat personal kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk memahami keinginan pelanggan.

- *Responsiveness*

Responsiveness adalah kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas dapat menimbulkan anggapan negative terhadap mutu layanan.

2.2.3 Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip oleh (Fitria, 2013) , Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Konsumen yang merasa puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dimasa yang akan datang.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Menurut Lupyoadi dikutip oleh (Atmaja, 2018), ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain :

- Kualitas produk

Kualitas produk adalah pelanggan akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

- Kualitas pelayanan atau jasa

Kualitas pelayanan atau jasa adalah pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

- Emosi

Emosi adalah pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merk tertentu.

- Harga

Harga adalah produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

- Biaya

Biaya adalah pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

c. Tingkat Kepuasan

Tingkat kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi terhadap kinerja layanan yang diterima, dibandingkan dengan harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2016). Untuk menghitung tingkat kepuasan pada setiap atribut pelayanan, digunakan penjumlahan skor hasil penilaian responden terhadap atribut tersebut:

$$\text{Tingkat Kepuasan Atribut ke-1} = \sum_{i=1}^n S_{ki} \quad (2.1)$$

di mana S_{ki} adalah skor kepuasan responden ke-i terhadap atribut ke-k, dan n adalah jumlah responden.

d. Tingkat Kepentingan

Tingkat kepentingan menunjukkan seberapa penting suatu atribut pelayanan bagi pelanggan. Skor ini juga diperoleh dari penilaian responden, kemudian dijumlahkan:

$$\text{Tingkat Kepentingan Atribut ke-1} = \sum_{i=1}^n S_{pi} \quad (2.2)$$

di mana S_{pi} skor kepentingan dari responden ke-i terhadap atribut ke-k.

e. Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian digunakan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Rumus tingkat kesesuaian adalah:

$$\text{Tingkat Kesesuaian Atribut ke-1} = \left(\frac{\text{Tingkat Kepuasan}}{\text{Tingkat Kepentingan}} \right) \times 100\% \quad (2.3)$$

Perhitungan ini dilakukan untuk seluruh 27 atribut sehingga diperoleh nilai tingkat kesesuaian dari masing-masing atribut.

f. Rata-rata Tingkat Kesesuaian

Setelah seluruh atribut dianalisis, rata-rata tingkat kesesuaian dihitung untuk memberikan gambaran umum terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan. Rumusnya adalah:

$$\text{Rata-rata Tingkat Kesesuaian} = \frac{\sum_{k=1}^{27} \text{Tingkat Kesesuaian}_k}{27} \quad (2.4)$$

g. Pengukur kepuasan pelanggan

Menurut Kotler yang dikutip oleh (Atmaja, 2018) , Ada 4 metode yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer centered*) perlu memberikan kesempatan secara luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan yang dirasakan oleh pelanggan itu sendiri. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi berbagai masalah yang timbul.

2. *Ghost Shopping*

Suatu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan yaitu dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial. Kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga bisa mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggan yang telah berhenti mengkonsumsi atau berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu bisa terjadi.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survey yang dilakukan perusahaan, maka dari itu perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.2.4 Uji Validitas

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Saputra, 2019), Mengemukakan bahwa validitas adalah ukuran ketepatan antara data pada suatu obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Penggunaan uji validitas bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrument. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai r hitung dengan dengan r tabel. Pertanyaan atau instrument kuesioner penelitian dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Perhitungan uji validitas dilakukan dengan cara menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i y_i - \sum_{i=1}^n x_i \sum_{i=1}^n y_i}{\sqrt{\left(\sum_{i=1}^n x_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n x_i \right)^2 \right) \left(\sum_{i=1}^n y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n y_i \right)^2 \right)}}$$

Keterangan

- r_{xy} : koefisien korelasi antara variable X dan variable Y
 x_i : nilai data ke-i untuk kelompok variable X
 y_i : nilai data ke-i untuk kelompok variable Y
 n : banyak data

(2.5)

Kriterianya adalah :

- Instrumen dikatakan valid apabila $r_{\text{hitung}} = r_{\text{tabel}}$
- Instrumen dikatakan tidak valid apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$

Menurut Guilford (1956), memaparkan bahwa pada pengklasifikasian validitas memiliki kategori sebagai berikut :

- Jika $0,80 < r_{xy} \leq 1,00$ validitas dinyatakan sangat tinggi (sangat baik)
- Jika $0,60 < r_{xy} \leq 0,80$ validitas dinyatakan tinggi (baik)
- Jika $0,40 < r_{xy} \leq 0,60$ validitas dinyatakan sedang (cukup)
- Jika $0,20 < r_{xy} \leq 0,40$ validitas dinyatakan rendah (kurang)
- Jika $0,00 < r_{xy} \leq 0,20$ validitas dinyatakan sangat rendah (jelek)
- Jika r_{xy} bernilai 0,00 maka validitas dinyatakan tidak valid

2.2.5 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh (Saputra, 2019), Menyatakan bahwa reliabilitas adalah ukuran konsistensi data atau penemuan. Reliabilitas merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui kehandalan ataupun kepercayaan suatu alat pengukur. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban dari responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Variabel dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* $> 0,60$. Pengujian reliabilitas ini dapat diselesaikan menggunakan *software* SPSS.

2.2.6 Penentuan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2011), Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimal (n) jika diketahui populasi (N) pada taraf signifikan α :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} \quad (2.6)$$

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Eror yang digunakan

Dalam rumus Slovin terdapat ketentuan yaitu :

Nilai $\alpha = 0,1$ (10%) untuk populasi yang memiliki jumlah yang besar

Nilai $\alpha = 0,2$ (20%) untuk populasi yang memiliki jumlah yang kecil

2.2.7 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) diperkenalkan pertama kali oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1977. *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah suatu alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan antara kinerja atau pelayanan yang dirasakan oleh pengguna jasa terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan oleh pelanggan. (Yola & Budianto, 2013)

Dalam *importance performance analysis* ada 2 langkah perhitungan yaitu sebagai berikut :

a. Mencari Tingkat Kesesuaian

Dalam menentukan tingkat kesesuaian dapat dihitung dengan membandingkan skor kinerja dengan skor kepentingan. Hasil dari tingkat kesesuaian ini yang akan dijadikan acuan dalam menentukan urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut mulai dari urutan yang sangat sesuai sampai dengan tidak sesuai.

Rumus yang digunakan ialah :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (2.7)$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja atau realita perusahaan

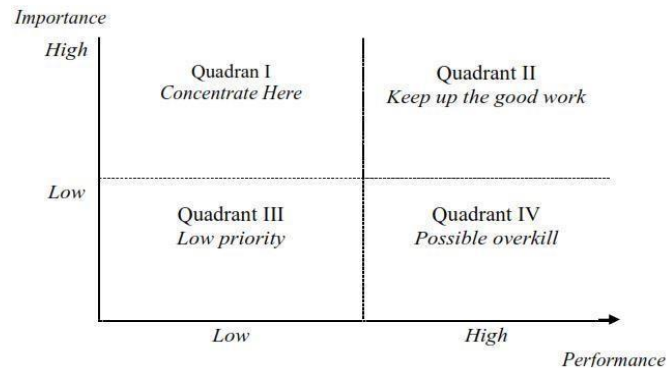
Yi = Skor penilaian kepentingan atau ekspektasi pelanggan

Berdasarkan perhitungan dari tingkat kesesuaian antara penilaian tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan responden di Pegadaian UPC Winong, maka dibuat suatu penilaian khusus yang menjadi dasar suatu keputusan untuk mempertahankan prestasi atau melakukan perbaikan. Apabila nilai kesesuaian masing-masing atribut melebihi nilai kesesuaian rata-ratanya maka pelanggan dapat dikatakan puas, tetapi apabila berada dibawah nilai kesesuaian rata-ratanya maka dianggap perlu untuk ditingkatkan (Supranto, 2001). Tolak ukur batas pengambilan keputusan didapatkan dari nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut pernyataan sebesar 96,36%.

Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Bila $TK < 96,36\%$, maka akan dilakukan perbaikan atau *action* (A)
- b. Bila $TK \geq 96,36\%$, maka dilakukan usaha untuk mempertahankan atau *hold* (H)
- b. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi 4 yang dibatasi dengan 2 garis yang saling berpotongan tegak lurus pada titik (X,Y), dimana pada titik X dinyatakan sebagai rata-rata tingkat kepuasan konsumen seluruh atribut dan untuk titik Y dinyatakan sebagai rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang mempengaruhi konsumen (Affiudin & Sulistyawati, 2019). Berikut ini skema dari diagram kartesius yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu :



Gambar 2. 1 Diagram Kartesius

- **Kuadran I**
Pada kuadran I ini menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, termasuk atribut-atribut atau pertanyaan yang dianggap sangat penting tetapi pada kenyataannya atribut-atribut atau pertanyaan tersebut tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga dapat menjadikan konsumen merasa kecewa atau tidak puas.
- **Kuadran II**
Pada bagian kuadran II ini menunjukkan atribut-atribut atau pertanyaan yang telah berhasil dilaksanakan. Maka dari itu perusahaan wajib untuk mempertahankannya karena dianggap sangat penting dan sangat memuaskan konsumen.
- **Kuadran III**
Pada bagian kuadran III ini menunjukkan atribut-atribut yang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi konsumen dan pada kenyataannya perusahaan menganggap kinerjanya biasa saja. Konsumen menganggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- **Kuadran IV**
Pada bagian kuadran IV ini menunjukkan bahwa atribut – atribut atau pertanyaan dianggap kurang penting bagi konsumen, tetapi memiliki kinerja yang baik. Sehingga konsumen menganggap terlalu berlebihan. Hal ini dapat disimpulkan

bahwa atribut yang dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan sangat memuaskan.

Dalam hal ini untuk melakukan penilaian tingkat kepentingan konsumen digunakan skala 5 tingkat (Skala *Likert*) :

- a. Tidak penting, diberi bobot 1
- b. Kurang penting, diberi bobot 2
- c. Cukup penting, diberi bobot 3
- d. Penting, diberi bobot 4
- e. Sangat penting, diberi bobot 5

Sedangkan untuk kinerja atau *performance* diberikan 5 penilaian dengan bobot sebagai berikut :

- a. Tidak puas, diberi bobot 1
- b. Kurang puas, diberi bobot 2
- c. Cukup puas, diberi bobot 3
- d. Puas, diberi bobot 4
- e. Sangat puas, diberi bobot 5

2.2.8 Metode *Potential Gain in Customer Values* (PGCV)

Metode *Potential Gain in Customer Values* (PGCV) diperkenalkan oleh William C Hom yang menulis jurnal “*Quality Progress*” yang menyatakan bahwa indeks PGCV adalah suatu konsep dan peralatan yang mudah digunakan untuk menganalisa pelanggan. Metode PGCV ini dapat menunjukkan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh perusahaan. (Ariana, 2018)

Metode ini dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan menganalisa dari *importance* dan *performance* suatu perusahaan, dimana hasilnya dapat menentukan prioritas perbaikan yang harus ditingkatkan oleh perusahaan tersebut. Metode ini dapat memberikan jalan bagi diagram kartesius untuk dapat dijadikan pembandingan dalam bentuk kuantitatif yang dapat menghasilkan nilai yang lebih akurat. Berikut ini langkah-langkah dalam menghitung Indeks PGCV adalah:

1. Menentukan nilai *Achive Customer Value* (ACV)

Hasil kali antara variabel *importance* dengan variabel *performance* . ACV ini menunjukkan nilai yang tercapai dari pendapat konsumen.

Dengan rumus sebagai berikut :

$$ACV = \bar{X} \times \bar{Y} \quad (2.8)$$

Dimana : $\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat kepuasan atau realita

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan atau *importance*

2. Menentukan nilai *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV)

Untuk menentukan nilai UDCV yaitu dengan cara mengalikan nilai *importance* yang dipilih konsumen dengan nilai *performance* maksimal dengan skala *Likert* pada kuisioner yang telah disebarakan.

Dengan rumus sebagai berikut :

$$UDCV = \bar{Y} \times X_{Max} \quad (2.9)$$

Dimana : $\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan atau *importance*

X_{Max} = Nilai *performamce* maksimal dengan skala *Likert* pada kuisioner

3. Menentukan Indeks PGCV

Untuk menentukan nilai indeks PGCV yaitu mengurangi nilai UDCV dengan nilai ACV. Nilai indeks PGCV yang paling tinggi akan dijadikan prioritas utama dalam melakukan perbaikan. Kemudian akan diikuti dengan nilai urutan tertinggi kedua begitupun seterusnya. Sehingga dapat membantu perusahaan dalam menentukan fasilitas atau atribut seperti apa yang harus diperbaiki untuk memberikan kepuasan bagi konsumen.

$$\text{Indeks PGCV} = \text{UDCV} - \text{ACV} \quad (2.10)$$

2.3 Hipotesis dan Kerangka Teoritis

Adapun hipotesis dan kerangka teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

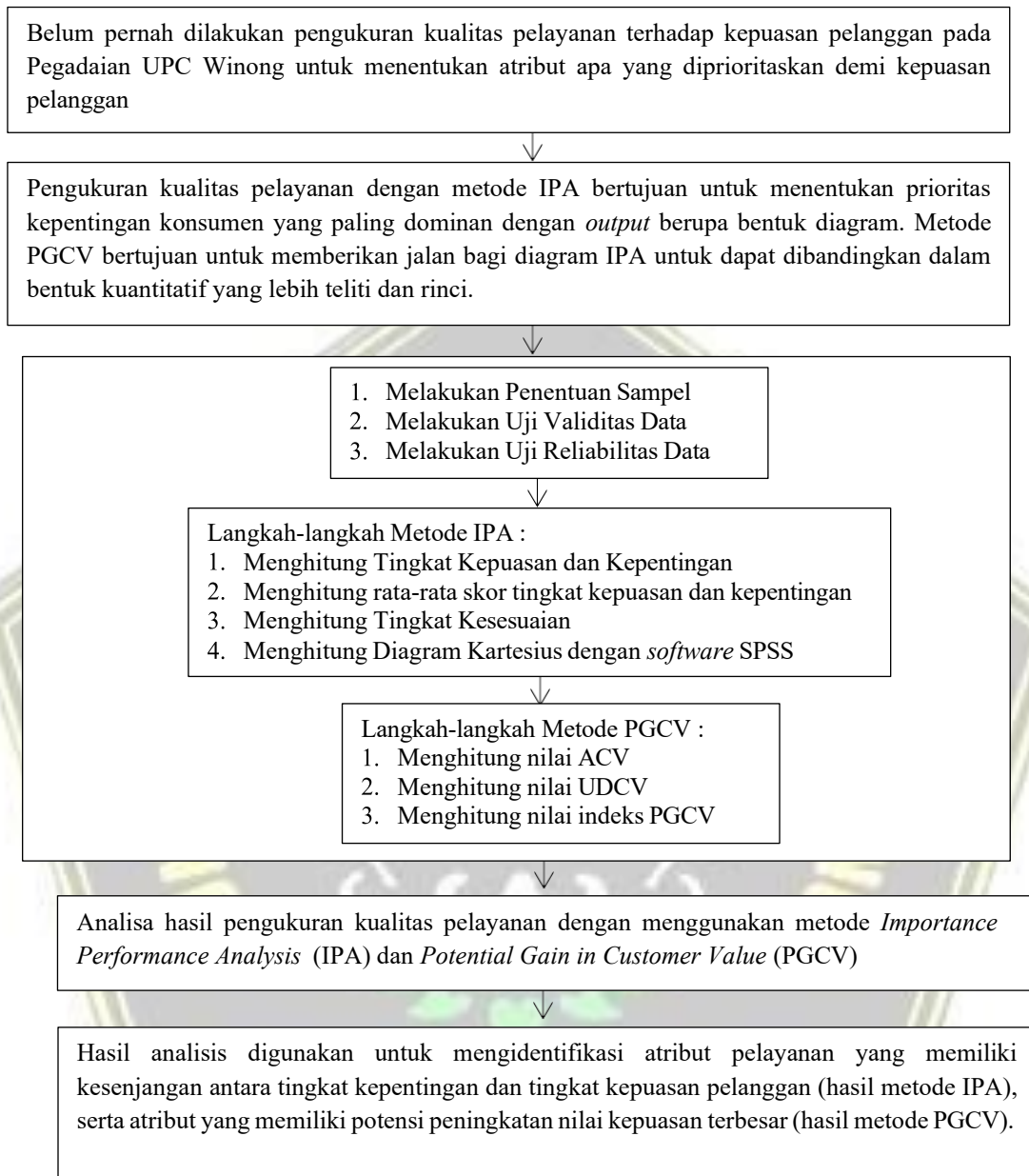
2.3.1 Hipotesis

Secara garis umumsuatu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa membutuhkan evaluasi mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya persaingan bisnis dalam bidang yang sama, sehingga perusahaan dituntut untuk bisa meningkatkan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik untuk mampu bertahan dalam kondisi persaingan yang semakin pesat. Maka perlu dilakukan evaluasi secara berkala mengenai kualitas pelayanan yang telah diberikan perusahaan berdasarkan dengan bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) guna untuk meningkatkan pelayanan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Purnomo & Riandadari, 2015) dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dimana hasil akhir dari perhitungannya dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian pada diagram kartesius. Bagian yang menempati kuadran I akan menjadi bagian yang diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Siregar, 2006) dengan menggunakan metode *Potential Gain In Customer Value* (PGCV) ini dapat memberikan jalan bagi diagram *Importance – Performance* dalam menentukan urutan atribut yang lebih diprioritaskan untuk dilakukan perbaikan dalam bentuk kualitatif yang lebih terperinci.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di atas maka hipotesis penelitian ini adalah dapat menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan 5 dimensi kualitas pelayanan. Sehingga dapat menentukan prioritas perbaikan yang dapat ditingkatkan untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal ini dapat dipecahkan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV).

2.3.2 Kerangka Teoritis

Berikut ini merupakan skema kerangka teoritis penelitian :



Gambar 2.2 Kerangka Teoritis

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pengumpulan Data

Data yang diambil pada penelitian ini berupa data primer yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada para pelanggan. Adapun beberapa pernyataan yang disajikan dan diisikan melalui kuesioner yang telah dipersiapkan.

3.1.1 Pengambilan Data

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa keuangan, yaitu di Jl. Raya Gabus – Winong, Winong, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah pelanggan yang menggunakan jasa di Pegadaian UPC Winong.

3.1.2 Penyusunan Kuisisioner

Seluruh atribut yang akan diukur dalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil rekap kuesioner terbuka pada lampiran 1 yang telah diisi oleh para pelanggan dan diskusi dengan beberapa pihak internal di Pegadaian UPC Winong terkait dengan kepentingan dalam memberikan kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari hasil diskusi yang telah dilakukan, akan didapatkan atribut pengukuran dimana atribut tersebut akan diterjemahkan dalam bentuk kuesioner.

3.1.3 Populasi dan Sampel

Menurut Supranto yang dikutip oleh (Saputra, 2019), populasi merupakan keseluruhan elemen yang memiliki karakteristik serupa yang dijadikan pusat perhatian oleh peneliti. Sampel merupakan bagian dari populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan Pegadaian UPC Winong. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah jumlah pelanggan yang menggunakan pelayanan jasa di Pegadaian UPC Winong pada tahun 2022-2023.

3.1.4 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik sampling yang bersifat *non probability sampling* dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk

dijadikan sebagai sampel. Teknik sampel yang dipakai adalah *purposive sampling* dengan mengacu pada beberapa kriteria sebagai berikut :

- a. Pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan di Pegadaian UPC Winong
- b. Pelanggan minimal berusia 17 tahun.
- c. Pelanggan bisa membaca dan menulis.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian, maka diperlukan tahapan pemecahan yang baik. Berikut ini adalah data yang diperlukan:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari konsumen dapat berupa jawaban dari pernyataan dalam kuisioner yang dibagikan kepada konsumen. Dalam kuisioner, atribut yang akan ditanyakan kepada konsumen harus terbukti valid dan reliabel. Selain itu jumlah data yang dikumpulkan harus memenuhi dari segi kuantitas atau jumlah.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dengan mempelajari literatur yang berhubungan dengan perusahaan dengan penelitian dengan dokumen – dokumen perusahaan. Data – data ini biasanya berisi tentang petunjuk dalam pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang dapat membantu dalam penyusunan laporan.

3.2.1 Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner terbuka pada lampiran 1 dan kuesioner tertutup pada lampiran 4. Penyebaran kuesioner terbuka dapat membantu peneliti untuk mempermudah dalam menyusun kuesioner tertutup serta dapat memperkuat latar belakang masalah. Setelah mengetahui hasil kuesioner terbuka, dilanjutkan penyusunan kuesioner tertutup dengan melakukan proses identifikasi atribut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Kuesioner yang akan disebar nanti berisi pernyataan mengenai

pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Pegadaian UPC Winong. Menurut Whilda (2021) Mekanisme pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model skala likert yang tertera dalam tabel 3.1 Skala penilaian yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Skala Penelitian Kuesioner

Skala	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
3	Cukup Penting	Cukup Puas
4	Penting	Puas
5	Sangat Penting	Sangat Puas

3.3 Pengujian Hipotesa

Pengumpulan fakta-fakta yang relevan dengan hipotesis yang diajukan untuk memperlihatkan apakah terdapat fakta-fakta yang mendukung hipotesis tersebut atau tidak.

3.4 Metode Analisis

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan data responden yang telah mengisi kuesioner. Data responden yang telah diperoleh dilakukan pengujian terlebih dahulu untuk mengetahui apakah atribut pernyataan yang ada pada kuesioner tersebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan karena jawaban yang diharapkan pada kuesioner bersifat kuantitatif. Dalam penelitian ini, perhitungan validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 23.0 *for windows*.

2. *Importance Performance Analysis (IPA)*

a. Analisis Tingkat Kesesuaian

Dalam menentukan tingkat kesesuaian dapat dihitung dengan membandingkan skor kinerja dengan skor kepentingan. Hasil dari tingkat kesesuaian ini yang akan dijadikan acuan dalam menentukan urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (3.1)$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian tingkat kepuasan pelanggan Pegadaian UPC Winong. Yi

= Skor penilaian tingkat kepentingan pelanggan Pegadaian UPC Winong.

Selanjutnya pada titik (X) akan diisi oleh skor tingkat kepuasan pelanggan Pegadaian UPC Winong, sedangkan pada titik (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan Pegadaian UPC Winong dengan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{k} \quad \bar{Y} = \frac{\sum yi}{k}$$

Keterangan :

$\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat kepuasan pelanggan

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan pelanggan

xi = Skor penilaian kepuasan

yi = Skor penilaian kepentingan

k = Banyaknya item pertanyaan

b. Analisis Diagram Kartesius

Diagram kartesius ini dibagi menjadi 4 kuadran yaitu sebagai berikut :

1.) Kuadran pertama (I),

2.) Kuadran kedua (II),

- 3.) Kuadran ketiga (III),
- 4.) Kuadran keempat (IV),

3. *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)

Untuk melengkapi hasil analisa dari *Importance and Performance*, maka dapat digunakan sebuah metode untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh Pegadaian UPC Winong. Metode PGCV ini dapat memberikan jalan bagi diagram *Importance and Performance* untuk dapat dibandingkan dalam bentuk yang lebih teliti dan terperinci. Berikut ini adalah langkah – langkah menghitung PGCV :

a. *Achieve Customer Value* (ACV)

Dalam menentukan nilai ACV yaitu dengan mengalikan antara variabel *Importance* dengan variabel *Performance*. Misalkan, ada seorang konsumen memberikan penilaian sebesar 3 untuk nilai *Importance* dan penilaian sebesar 2 untuk nilai *Performance* maka akan mendapatkan nilai ACV sebesar 6.

b. *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV)

Setelah memperoleh nilai ACV langkah selanjutnya yaitu mencari nilai UDCV dengan cara mengalikan nilai *Importance* yang dipilih oleh konsumen dengan nilai *Performance* maksimal dalam skala *Likert* yang telah disebarkan. Misalkan, Seorang pelanggan memberikan penilaian *Importance* sebesar 3 dan *Performance* maksimalnya sebesar 4 maka akan memperoleh nilai UDCV sebesar 12.

c. Indeks PGCV

Langkah terakhir yaitu menentukan nilai Indeks PGCV dengan mengurangi antara nilai UDCV dengan nilai ACV. Contoh pada pembahasan diatas berarti $12 - 6 = 6$. Jadi item yang mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya yaitu item yang memiliki nilai Indeks PGCV tertinggi disusul dengan item yang memiliki nilai tertinggi kedua dan seterusnya.

3.5 Pembahasan

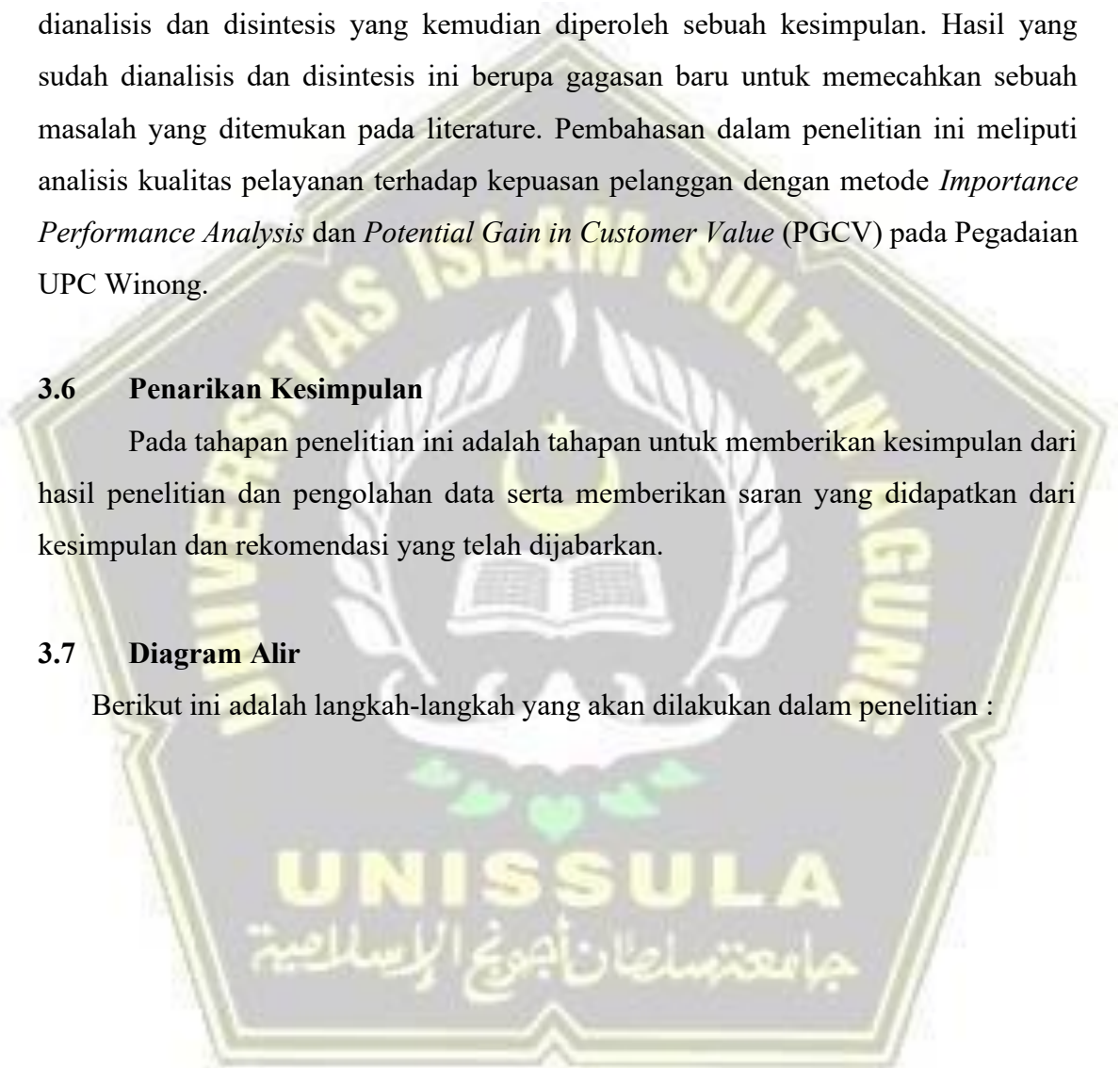
Pembahasan dalam penelitian ini dibuat secara efektif dan efisien berdasarkan pada perumusan masalah. Berdasarkan kerangka tulisan itulah data kemudian dikumpulkan, disarikan, disusun, diolah lalu ditafsirkan. Hasil tafsiran kemudian dianalisis dan disintesis yang kemudian diperoleh sebuah kesimpulan. Hasil yang sudah dianalisis dan disintesis ini berupa gagasan baru untuk memecahkan sebuah masalah yang ditemukan pada literature. Pembahasan dalam penelitian ini meliputi analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode *Importance Performance Analysis* dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) pada Pegadaian UPC Winong.

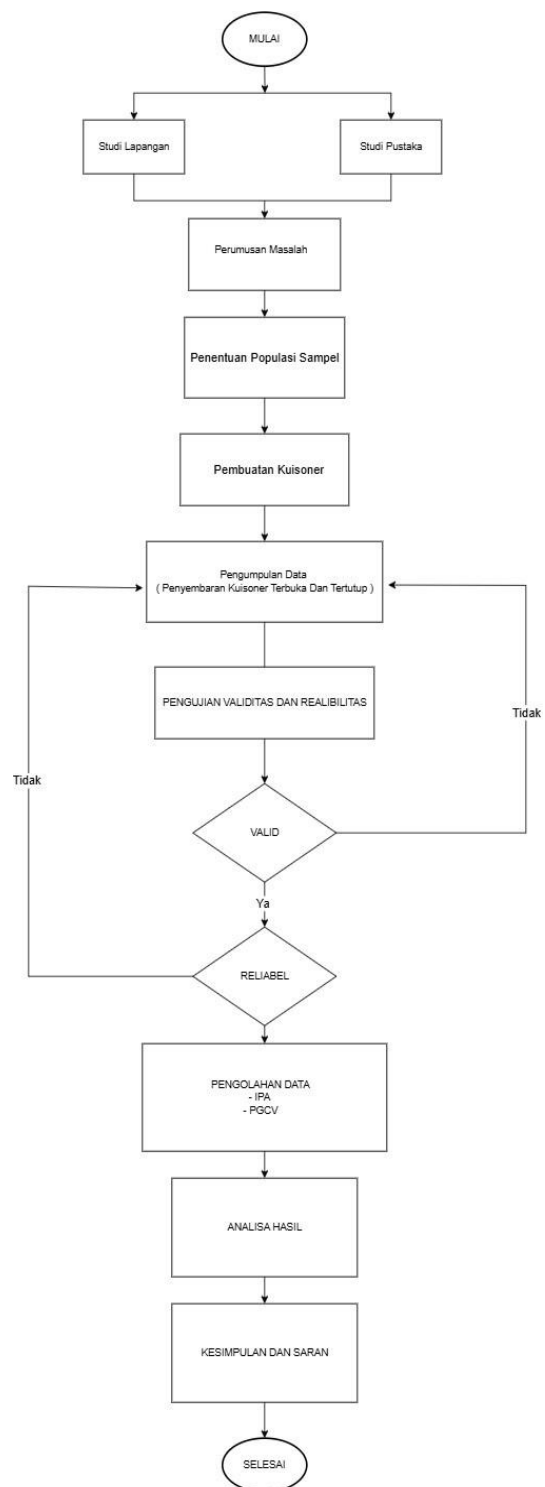
3.6 Penarikan Kesimpulan

Pada tahapan penelitian ini adalah tahapan untuk memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan pengolahan data serta memberikan saran yang didapatkan dari kesimpulan dan rekomendasi yang telah dijabarkan.

3.7 Diagram Alir

Berikut ini adalah langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian :





Gambar 3.1 Diagram Alir

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian ini. Karena data-data yang ada, dapat mendukung peneliti untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pada penelitian ini pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder. Untuk data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner pada lampiran 1 dan lampiran 4 kepada responden yang sudah menggunakan jasa Pegadaian UPC Winong. Sedangkan untuk data sekunder didapatkan dari pihak Pegadaian UPC Winong dan Penelitian terdahulu.

4.1.1 Penyusunan Atribut Kuisisioner

Dasar Penyusunan Atribut

Atribut kuisisioner disusun berdasarkan:

1. Kuisisioner terbuka untuk menggali pendapat bebas pelanggan dalam menyusun atribut penilaian terhadap pelayanan di Pegadaian UPC Winong. Kuisisioner dan rekapitulasi hasilnya ditunjukkan pada Lampiran 1. Hasil rekapitulasi kuisisioner terbuka pada lampiran 2 dan lampiran 3 tersebut dilengkapi dengan tambahan masukan dari pihak Pegadaian UPC Winong, maka dihasilkan 27 atribut sebagai aspek yang berpengaruh terhadap pelayanan kepada pelanggan.
2. Kuisisioner tertutup berisi atribut-atribut yang dikelompokkan ke dalam 5 dimensi pelayanan jasa guna dilakukan penilaian tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan menggunakan skala Likert 1-5. Kuisisioner tertutup ditunjukkan pada Lampiran 4.

Hasil rekap kuisisioner terbuka yang sebelumnya disebarkan kepada pelanggan. Diskusi internal dengan pihak Pegadaian UPC Winong mengenai aspek-aspek yang dianggap penting dalam memberikan kepuasan pelayanan. Jumlah dan Kategori Atribut. Kuisisioner akhir terdiri dari 27 atribut yang diklasifikasikan berdasarkan lima dimensi utama dari kualitas layanan, yaitu:

1. Tangible (7 atribut)

- Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman dan bersih.
- Ketersediaan tempat parkir yang aman dan luas.
- Tersedianya papan informasi atau denah layanan.
- Fasilitas penunjang lengkap (AC, toilet, musholla, Wi-Fi, CCTV).
- Penampilan rapi dan seragam dari petugas pelayanan.
- Tersedianya meja, kursi, dan perlengkapan kerja yang memadai.
- Tersedianya sistem antrian otomatis yang mempermudah proses pelayanan.

2. Reliability (7 atribut)

- Layanan diberikan tepat waktu sesuai jam operasional.
- Layanan yang diterima sesuai dengan yang dijanjikan.
- Informasi layanan diberikan secara akurat dan jelas.
- Proses transaksi berjalan tepat dan tanpa kesalahan data.
- Pelayanan yang konsisten tanpa perlakuan berbeda.
- Keakuratan data dan dokumen dalam setiap transaksi.
- Kecepatan dalam memproses pinjaman atau transaksi lainnya.

3. Responsiveness (4 atribut)

- Petugas cepat menanggapi pertanyaan dari pelanggan.
- Petugas segera membantu pelanggan tanpa menunda.
- Kemauan petugas untuk membantu tanpa diminta.
- Penanganan keluhan pelanggan dilakukan dengan cepat dan solutif.

4. Assurance (5 atribut)

- Petugas bersikap sopan dan profesional dalam memberikan layanan.
- Jaminan keamanan terhadap barang yang digadaikan.
- Penjelasan biaya atau tarif dilakukan secara transparan.
- Bukti transaksi dicetak dan disampaikan dengan jelas.
- Prosedur layanan dijelaskan dengan runtut dan mudah dipahami.

5. Empathy (4 atribut)

- Semua pelanggan diperlakukan secara adil tanpa membedakan.
- Petugas memahami kebutuhan khusus pelanggan (misalnya lansia atau difabel).

- 26. Petugas menyapa dan melayani secara personal.
- 27. Petugas mendengarkan dan memahami keluhan pelanggan dengan empati.

4.1.2 Penentuan Sampel

Menurut rumus 2.2 Jumlah populasi untuk penelitian pada Pegadaian UPC Winong diambil dari jumlah responden selama satu tahun terakhir sebanyak 4635 jiwa, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dari hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Apabila dimasukkan ke dalam rumus akan menjadi :

$$n = \frac{4635}{1 + 4635 (0,1)^2} = \frac{4635}{47,35} = 97,88807 = 100$$

Dari perhitungan di atas maka jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 100 orang.

4.1.3 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan konsumen yang menggunakan jasa pelayanan Pegadaian UPC Winong. Peneliti menyebar kuesioner sebanyak 100 responden pada lampiran 6. Untuk cara penyebarannya dilakukan dari pukul 08.00 – 14.00 WIB di Pegadaian UPC Winong. Seluruh responden sebanyak 100 orang telah memiliki karakteristik yang dilihat dari beberapa faktor antara lain jenis kelamin dan usia :

1. Jenis Kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan dari faktor jenis kelamin, dinyatakan bahwa untuk responden yang berjenis kelamin laki-laki memiliki total sebanyak 22 orang, sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin perempuan memiliki total sebanyak 78 orang pada lampiran 6. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.6.

Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	22
Perempuan	78
TOTAL	100

2. Usia

Berdasarkan pada faktor usia, karakteristik responden dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 17-25 tahun yaitu 10 responden dari lampiran 6. Kemudian untuk responden yang berusia 25-30 tahun memiliki total 38 responden, dan untuk responden yang berusia di atas 30 tahun memiliki total 52 responden. Dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
17-25 tahun	10
25-30 tahun	38
30 >	52
TOTAL	100

3. Data Kuesioner

Data kuesioner berisikan data rekap dari hasil penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian dimasukkan ke dalam tabel data mentah yang terlampir pada lampiran 5. Baris pada tabel menunjukkan responden 1 sampai 100. Sedangkan kolom pada tabel menunjukkan butir pertanyaan 1 sampai 27.

4.2 Pengolahan Data

Pada pengolahan data ini memiliki beberapa tahapan. Dapat dimulai dengan menghitung uji validitas dan uji reliabilitas atribut. Setelah uji validitas dan uji reliabilitas dinyatakan valid dan reliabel, maka langkah selanjutnya yaitu menganalisis tingkat kepuasan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) serta prioritas perbaikan layanan dengan tingkat kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV).

4.2.1 Pengujian Data

A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner yang diberikan pada konsumen selama penelitian. Uji ini dilakukan agar jawaban dari kuesioner ini dapat digunakan untuk penelitian.

a. Menentukan hipotesis

H_0 = Skor item tidak berkorelasi positif dengan skor total

H_1 = Skor item berkorelasi positif dengan skor total

b. Menentukan nilai r tabel

Untuk mencari nilai r tabel, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus $df = n -$

2. Dari nilai tersebut, df = jumlah responden – 2. Dalam penelitian ini $df = 100 -$

2. Dengan tingkat signifikansi 0,05, maka didapatkan nilai r tabel sebesar 0,197.

c. Mencari nilai r hitung

Nilai dari r hitung didapatkan dari pengolahan data menggunakan *software* SPSS

23. Nilai r hitung dapat dilihat pada hasil *output* SPSS 23 pada kolom *Corrected Item-Total Corelation*. (*output* hasil *software* terlampir).

d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan, yaitu :

Apabila r hitung $>$ r tabel, maka butir pertanyaan dapat dinyatakan valid.

Apabila r hitung $<$ r tabel, maka butir pertanyaan dapat dinyatakan tidak valid.

1. Uji Validitas Tingkat Kepentingan

Berikuti ini adalah uji validitas tingkat kepentingan pada Pegadaian UPC Winong yang ditunjukkan oleh tabel di bawah ini :

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Menggunakan *Software* SPSS

No.	Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	TA1	0,492	0,195	Valid
2.	TA2	0,437	0,195	Valid
3.	TA3	0,261	0,195	Valid
4.	TA4	0,275	0,195	Valid
5.	TA5	0,281	0,195	Valid
6.	TA6	0,213	0,195	Valid
7.	TA7	0,375	0,195	Valid
8.	REL8	0,303	0,195	Valid
9.	REL9	0,275	0,195	Valid
10	REL10	0,206	0,195	Valid
11	REL11	0,492	0,195	Valid
12	REL12	0,485	0,195	Valid
13	REL13	0,364	0,195	Valid
14	REL14	0,275	0,195	Valid
15	RES15	0,375	0,195	Valid
16	RES16	0,492	0,195	Valid
17	RES17	0,393	0,195	Valid
18	RES18	0,437	0,195	Valid
19	AS19	0,367	0,195	Valid

20	AS20	0,303	0,195	Valid
21	AS21	0,228	0,195	Valid
22	AS22	0,358	0,195	Valid
23	AS23	0,217	0,195	Valid
24	EM24	0,281	0,195	Valid
25	EM25	0,437	0,195	Valid
26	EM26	0,367	0,195	Valid
27	EM27	0,261	0,195	Valid

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan *software* SPSS 23.0 for windows di atas, dapat dilihat bahwa r hitung bernilai lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner telah valid.

2. Uji Validitas Tingkat Kepuasan

Berikut ini adalah uji validitas tingkat kepuasan pada Pegadaian UPC Winong yang ditunjukkan oleh tabel di bawah ini :

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Menggunakan *Software* SPSS

No.	Atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	TA1	0,375	0,195	Valid
2.	TA2	0,303	0,195	Valid
3.	TA3	0,275	0,195	Valid
4.	TA4	0,364	0,195	Valid
5.	TA5	0,275	0,195	Valid
6.	TA6	0,375	0,195	Valid
7.	TA7	0,492	0,195	Valid
8.	REL8	0,437	0,195	Valid
9.	REL9	0,261	0,195	Valid
10.	REL10	0,492	0,195	Valid
11.	REL11	0,393	0,195	Valid
12.	REL12	0,437	0,195	Valid
13.	REL13	0,358	0,195	Valid
14.	REL14	0,217	0,195	Valid
15.	RES15	0,281	0,195	Valid

16.	RES16	0,275	0,195	Valid
17.	RES17	0,281	0,195	Valid
18.	RES18	0,213	0,195	Valid
19.	AS19	0,437	0,195	Valid
20.	AS20	0,367	0,195	Valid
21.	AS21	0,261	0,195	Valid
22.	AS22	0,367	0,195	Valid
23.	AS23	0,303	0,195	Valid
24.	EM24	0,228	0,195	Valid
25.	EM25	0,206	0,195	Valid
26.	EM26	0,492	0,195	Valid
27.	EM27	0,485	0,195	Valid

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan *software* SPSS 23 di atas, dapat dilihat bahwa *r* hitung bernilai lebih besar dari *r* tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner telah valid.

B. Uji Reliabilitas

Setelah didapatkan atribut pertanyaan yang valid kemudian dilakukan uji reliabilitas. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Jika nilai korelasi $> 0,6$, maka instrument tersebut dinyatakan reliabel. Nilai korelasi *output* SPSS 23 dapat dilihat dari *reliability statistics* pada kolom *Cronbach's Alpha* untuk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dapat dilihat pada tabel 4.10 dan 4.11 berikut ini :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Menggunakan *Software* SPSS

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item
0,706	27

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan Menggunakan *Software* SPSS

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item
0,706	27

Pada tabel di atas untuk tingkat kepentingan memiliki nilai korelasi sebesar 0,706. Sedangkan untuk tingkat kepuasan memiliki nilai korelasi sebesar 0,706. Sehingga kedua nilai ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai korelasi lebih dari 0,6.

4.2.2 Pengolahan Data *Importance Performance Analysis* (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) dilakukan dengan menghitung skor total tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan konsumen di Pegadaian UPC Winong. Berikutnya akan dilakukan perhitungan nilai pada sumbu X (rata-rata skor tingkat kepuasan) dan nilai pada sumbu Y (rata-rata skor tingkat kepentingan) yang akan dipetakan dalam diagram kartesius menggunakan *software* SPSS 23. Contoh perhitungannya adalah sebagai berikut:

- a. Skor total tingkat kepuasan

$$\text{Tingkat Kepuasan Atribut ke-1} = \sum_{i=1}^n S_{ki}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat kepuasan pada atribut 1} &= 3+3+3+4+4+ \dots +3+4+3 \\ &= 356 \end{aligned}$$

- b. Skor total tingkat kepentingan

$$\text{Tingkat Kepentingan Atribut ke-1} = \sum_{i=1}^n S_{pi}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat kepentingan pada atribut 1} &= 3+3+3+3+3+ \dots +3+4+3 \\ &= 364 \end{aligned}$$

- c. Rata-rata skor tingkat kepuasan

$$\text{Rata-rata tingkat kepuasan pada atribut 1} = 356 : 100 = 3,56$$

- d. Rata-rata skor tingkat kepentingan

$$\text{Rata-rata tingkat kepentingan pada atribut 1} = 364 : 100 = 3,64$$

Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel dibawah ini, tabel 4.12 perhitungan total skor dan rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelanggan.

Tabel 4. 7 Perhitungan total skor dan rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelanggan

No.	Atribut	Tingkat Kepuasan		Tingkat Kepentingan	
		Total Skor (X)	Rata-rata (X)	Total Skor (Y)	Rata-rata (Y)
1.	Ruangan nyaman, rapi bersih dan memadai	356	3,56	364	3,64
2.	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi	385	3,85	392	3,92
3.	Tempat parkir aman dan memadai	369	3,69	372	3,72
4.	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan	356	3,56	369	3,69
5.	Karyawan berpenampilan rapi	355	3,55	374	3,74
6.	Ketersediaan ruang tunggu memadai	356	3,56	367	3,67
7.	Tersedianya buku daftar harga jasa di Pegadaian UPC Winong	351	3,51	356	3,56
8.	Keamanan dan kepercayaan dalam transaksi	376	3,76	385	3,85
9.	Jam buka atau tutupnya pelayanan tepat waktu	358	3,58	369	3,69
10.	Pelayanan dilakukan dengan cepat	351	3,51	364	3,64
11.	Keakuratan data dan Riwayat konsumen	339	3,39	351	3,51
12.	Layanan pengingat jatuh tempo	347	3,47	357	3,57
13.	Penyampaian informasi mudah untuk dipahami	381	3,81	388	3,88
14.	Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan	375	3,75	389	3,89
15.	Petugas tanggap dalam memberikan pelayanan	347	3,47	356	3,56
16.	Petugas selalu mengingatkan jatuh tempo secara proaktif	369	3,69	372	3,72
17.	Petugas dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	374	3,74	384	3,84
18.	Petugas dapat mengatasi keluhan konsumen dengan tepat	330	3,30	392	3,92
19.	Jaminan keamanan barang yang digadai	357	3,57	363	3,63
20.	Jaminan kerahasiaan data konsumen	363	3,63	385	3,85
21.	Jaminan transparansi biaya dan suku bunga	372	3,72	382	3,82
22.	Jaminan kepuasan layanan	363	3,63	402	4,02

23.	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	372	3,72	375	3,75
24.	Pegadaian UPC Winong menganggap semua konsumen itu sama tanpa memandang status social	362	3,62	374	3,74
25.	Kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan pada konsumen	364	3,64	392	3,92
26.	Pegadaian UPC Winong selalu menerapkan 3S yaitu senyum, sapa dan salam	351	3,51	363	3,63
27.	Pegadaian UPC Winong berusaha memberikan informasi sejelas dan selengkap mungkin kepada konsumen melalui penggunaan media sosial.	357	3,57	372	3,72

1. Tingkat Kesesuaian

Pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) juga terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan layanan, yang dihitung dengan tingkat kesesuaian. Hasil tingkat kesesuaian ini nantinya akan dibandingkan dengan hasil perhitungan *Potential Gain In Customer Value* (PGCV) untuk menentukan prioritas perbaikan layanan terbaik untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Keputusan dilakukan perbaikan atau tidaknya pelayanan berdasarkan dari hasil perbandingan antara nilai tingkat kesesuaian dengan nilai rata-rata tingkat kesesuaian pada lampiran 5 pelayanan itu. Apabila nilai kesesuaian $\geq$ nilai rata-rata tingkat kesesuaian maka dilakukan usaha untuk mempertahankan (*hold*), namun apabila sebaliknya maka harus dilakukan perbaikan (*action*). Cara perhitungan untuk mendapatkan nilai tingkat kesesuaian dan rata-rata kesesuaian adalah sebagai berikut :

a. Tingkat kepuasan

Tingkat kepuasan pada atribut 1 = 3+3+3+4+4+ +3+4+3

$$= 356$$

b. Tingkat kepentingan

$$\text{Tingkat kepentingan pada atribut 1} = 3+3+3+3+3+ \dots +3+4+3 \\ = 364$$

c. Tingkat kesesuaian

$$\text{Tingkat Kesesuaian Atribut ke-1} = \left(\frac{\text{Tingkat Kepuasan}}{\text{Tingkat Kepentingan}} \right) \times 100\%$$

$$\text{Tingkat kesesuaian pada atribut 1} = (356 : 364) \times 100\% \\ = 97,80\%$$

Perhitungan dilakukan dengan cara yang sama sampai dengan atribut yang ke 27 sehingga didapatkan nilai tingkat kesesuaian dari setiap atribut.

d. Rata-rata tingkat kesesuaian

$$\text{Rata-rata Tingkat Kesesuaian} = \frac{\sum_{k=1}^{27} \text{Tingkat Kesesuaian}_k}{27}$$

$$\text{tingkat kesesuaian} = (97,80 \% + 98,21 \% + \dots + 95,97 \%) : 27 \\ = 96,36 \%$$

Hasil pengolahan data menurut rumus 2.3 dapat dilihat pada tabel dibawah ini, tabel 4.13 hasil perhitungan tingkat kesesuaian.

Tabel 4. 8 Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian

No.	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
1.	Ruangan nyaman, rapi, bersih dan memadai	356	364	97,80
2.	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi	385	392	98,21
3.	Tempat parkir aman dan memadai	369	372	99,19
4.	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan	356	369	96,48
5.	Petugas berpenampilan rapi	355	374	94,92
6.	Ketersediaan ruang tunggu memadai	356	367	97,00
7.	Tersedianya buku daftar harga jasa di Pegadaian UPC Winong	351	356	98,60

8.	Keamanan dan kepercayaan dalam transaksi	376	385	97,66
9.	Jam buka atau tutupnya pelayanan tepat waktu	358	369	97,02
10.	Pelayanan dilakukan dengan cepat	351	364	96,43
11.	Keakuratan data dan Riwayat konsumen	339	351	96,58
12.	Layanan pengingat jatuh tempo	347	357	97,20
13.	Penyampaian informasi mudah untuk dipahami	381	388	98,20
14.	Keramahan petugas dalam memberikan pelayanan	375	389	96,40
15.	petugas tanggap dalam memberikan pelayanan	347	356	97,47
16.	Petugas selalu mengingatkan jatuh tempo secara proaktif	369	372	99,19
17.	petugas dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	374	384	97,40
18.	petugas dapat mengatasi keluhan dengan tepat	330	392	84,18
19.	Jaminan keamanan barang yang digadai	357	363	98,35
20.	Jaminan kerahasiaan data konsumen	363	385	94,29
21.	Jaminan transparansi biaya dan suku bunga	372	382	97,38
22.	Jaminan kepuasan layanan	363	402	90,30
23.	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	372	375	99,20
24.	Pegadaian UPC Winong menganggap semua konsumen itu sama tanpa memandang status sosial	362	374	96,79
25.	Kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan pada konsumen	364	392	92,86
26.	Pegadaian UPC Winong selalu menerapkan 3S yaitu senyum, sapa dan salam.	351	363	96,69
27.	Pegadaian UPC Winong berusaha memberikan informasi sejelas dan selengkap mungkin kepada konsumen melalui penggunaan media social	357	372	95,97
Rata-rata				96,36

Berdasarkan perhitungan dari tingkat kesesuaian antara penilaian tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan responden di Pegadaian UPC Winong, maka dibuat suatu penilaian khusus yang menjadi dasar suatu keputusan untuk mempertahankan prestasi atau melakukan perbaikan. Apabila nilai kesesuaian masing-masing atribut melebihi nilai kesesuaian rata-ratanya maka pelanggan dapat dikatakan puas, tetapi apabila berada dibawah nilai kesesuaian rata-ratanya maka dianggap perlu untuk ditingkatkan (Supranto, 2001). Tolak ukur batas pengambilan keputusan didapatkan dari nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut pernyataan sebesar 96,36%.

Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

- c. Bila $TK < 96,36\%$, maka akan dilakukan perbaikan atau *action* (A)
- d. Bila $TK \geq 96,36\%$, maka dilakukan usaha untuk mempertahankan atau *hold* (H)

Tabel 4. 9 Keputusan *Hold and Action*

Kode Atribut	Tingkat Kesesuaian	Keputusan (H atau A)
TA1	97,80	H
TA2	98,21	H
TA3	99,19	H
TA4	96,48	H
TA5	94,92	A
TA6	97,00	H
TA7	98,60	H
RE8	97,66	H
RE9	97,02	H
RE10	96,43	H
RE11	96,58	H
RE12	97,20	H
RE13	98,20	H
RE14	96,40	H
RES15	97,47	H
RES16	99,19	H
RES17	97,40	H
RES18	84,18	A
AS19	98,35	H
AS20	94,29	A
AS21	97,38	H
AS22	90,30	A
AS23	99,20	H
E24	96,79	H

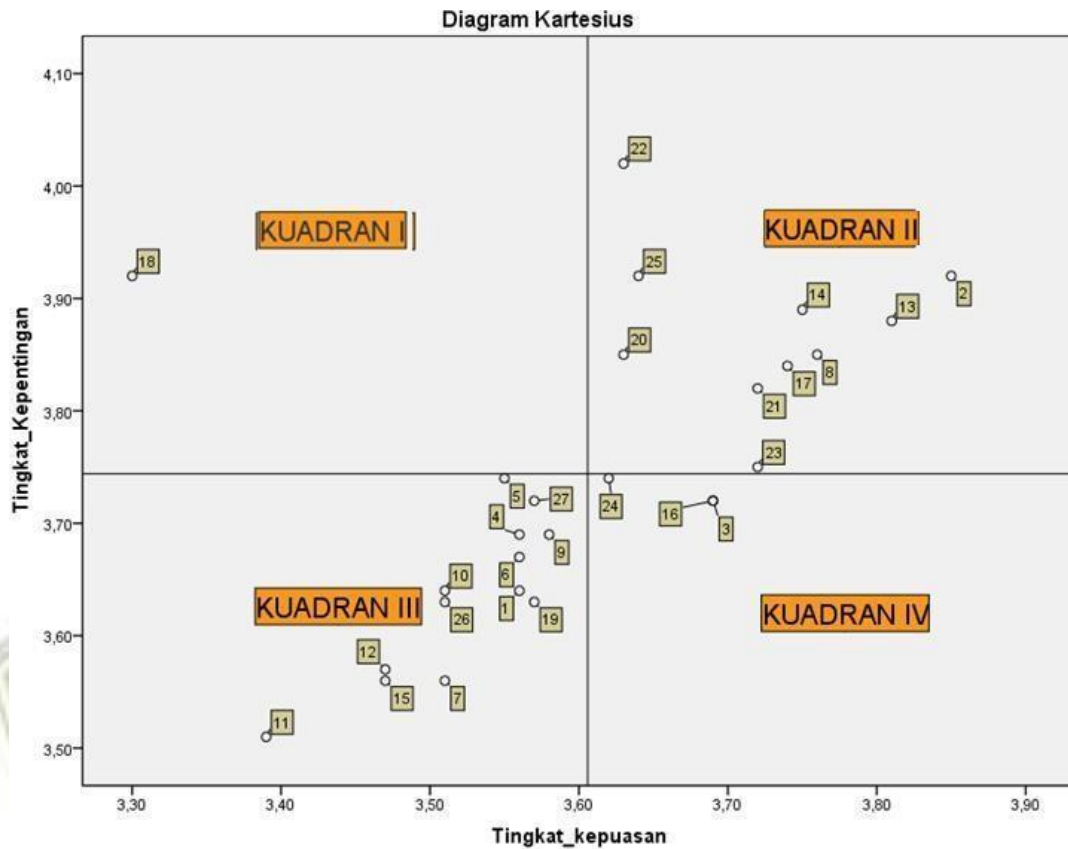
E25	92,86	A
E26	96,69	H
E27	95,97	A

Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, di mana atribut dengan tingkat kesesuaian (TK) di bawah 96,36% dikategorikan sebagai *Action* (A) dan memerlukan perbaikan, sedangkan atribut dengan $TK \geq 96,36\%$ dikategorikan sebagai *Hold* (H) dan perlu dipertahankan, maka hasil evaluasi terhadap 27 atribut menunjukkan bahwa sebanyak 21 atribut berada dalam kategori *Hold*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar atribut telah memenuhi standar kesesuaian yang ditetapkan dan layak untuk terus dipertahankan. Sementara itu, terdapat 6 atribut yang termasuk dalam kategori *Action*, yaitu TA5, RES18, AS20, AS22, E25, dan E27, yang memerlukan perhatian lebih lanjut untuk dilakukan perbaikan atau peningkatan mutu.

2. Diagram Kartesius

Pembuatan diagram kartesius dilakukan dengan memasukkan data hasil dari rata-rata tingkat kepuasan dan rata-rata pada lampiran 5 tingkat kepentingan yang sudah dihitung pada tabel

4.12 ke dalam *software SPSS 23*. Setelah dimasukkan semua, hasil dari rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelanggan setiap atribut kemudian di plot ke dalam diagram kartesius yang terbagi dalam empat kuadran yang bertujuan untuk mengetahui terletak di kuadran berapakah atribut tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.1 :



Gambar 4. 1 Hasil Pembuatan Diagram Kartesius

Berdasarkan pada gambar 4.1 diketahui bahwa hasil perhitungan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) didapatkan urutan prioritas perbaikan pada atribut-atribut tersebut sesuai dengan konsep diagram kartesius pada kuadran I. Berikut ini adalah tabel pada kuadran I :

Tabel 4. 10 Atribut - atribut pada Kuadran I Berdasarkan Perhitungan Metode IPA

Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
RES18	Petugas dapat mengatasi keluhan dengan tepat	330	392	84,18

4.2.3 Metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)

Perhitungan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) ini diawali dengan menentukan nilai rata-rata *performance* dan nilai rata-rata *importance*. Sebelumnya pada pengolahan data menggunakan metode IPA sudah dihitung nilai rata-rata *performance* dan nilai rata-rata *importance*. Sehingga ketika melakukan pengolahan menggunakan metode PGCV tidak perlu melakukan perhitungan kembali karena sudah menemukan hasilnya.

Sebelum menentukan nilai Indeks PGCV, terlebih dahulu harus menghitung nilai *Achieve Customer Value* (ACV) dan *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV). Hasil perhitungan dari *Potential Gain In Customer Value* (PGCV) digunakan untuk mengetahui atribut mana saja yang digunakan dalam menentukan prioritas perbaikan di Pegadaian UPC Winong.

Untuk meningkatkan kemampuan petugas dalam menangani keluhan pelanggan, perlu dilakukan beberapa langkah perbaikan. Pertama, menyelenggarakan pelatihan khusus tentang teknik penanganan keluhan secara efektif dan empatik. Kedua, menerapkan SOP yang jelas dan mudah dipahami sebagai panduan dalam menangani berbagai jenis keluhan. Ketiga, melakukan simulasi secara berkala guna melatih kesiapan petugas dalam menghadapi situasi nyata. Selain itu, perlu adanya monitoring kinerja serta sistem pelaporan dan tindak lanjut keluhan yang terstruktur. Dengan perbaikan ini, diharapkan petugas mampu memberikan respons yang cepat, tepat, dan profesional, sehingga kepuasan pelanggan meningkat. Berikut ini tabel 4.16 hasil perhitungan metode PGCV pada penelitian ini:

No.	Atribut	Rata-rata <i>Performance</i> (X)	Rata-rata <i>Importance</i> (Y)	Nilai ACV (X.Y)	Nilai UDCV (Y.Xmaks)	Indeks PGCV (UDCV- ACV)	Urutan ke
1.	Ruangan nyaman, rapi, bersih dan memadai	3,56	3,64	12,96	18,2	5,24	15
2.	Fasilitas lengkap termasuk AC, toilet, tempat shalat, cctv dan wifi	3,85	3,92	15,01	19,6	4,59	27

3.	Tempat parkir aman dan memadai	3,69	3,72	13,73	18,6	4,87	20
4.	Adanya papan informasi yang berisikan tentang petunjuk arah dan denah perusahaan	3,56	3,69	13,14	18,45	5,31	11
5.	Petugas berpenampilan rapi	3,55	3,74	13,28	18,7	5,42	6
6.	Ketersediaan ruang tunggu memadai	3,56	3,67	13,07	18,35	5,28	13
7.	Tersedianya buku daftar harga jasa di Pegadaian UPC Winong	3,51	3,56	12,5	17,8	5,3	12
8.	Keamanan dan kepercayaan dalam transaksi	3,76	3,85	14,48	19,25	4,77	25
9.	Jam buka atau tutupnya pelayanan tepat waktu	3,58	3,69	13,21	18,45	5,24	15
10.	Pelayanan dilakukan dengan cepat	3,51	3,64	12,78	18,2	5,42	6
11.	Keakuratan data dan Riwayat konsumen	3,39	3,51	11,9	17,55	5,65	2
12.	Layanan pengingat jatuh tempo	3,47	3,57	12,39	17,85	5,46	4
13.	Penyampaian informasi mudah untuk dipahami	3,81	3,88	14,78	19,4	4,62	26
14.	Keramahan petugas dalam memberikan pelayanan	3,75	3,89	14,59	19,45	4,86	22
15.	Petugas tanggap dalam memberikan pelayanan	3,47	3,56	12,35	17,8	5,45	5
16.	Petugas selalu mengingatkan jatuh tempo secara proaktif	3,69	3,72	13,73	18,6	4,87	20
17.	Petugas dapat mengatasi keluhan konsumen dengan cepat	3,74	3,84	14,36	19,2	4,84	23
18.	Karyawan dapat mengatasi keluhan dengan tepat	3,3	3,92	12,94	19,6	6,66	1
19.	Jaminan keamanan barang yang digadaikan	3,57	3,63	12,96	18,15	5,19	17
20.	Jaminan kerahasiaan data konsumen	3,63	3,85	13,98	19,25	5,27	14
21.	Jaminan transparansi biaya dan suku bunga	3,72	3,82	14,21	19,1	4,89	19

22.	Jaminan kepuasan layanan	3,63	4,02	14,59	20,1	5,51	3
23.	Adanya nomor antrian ketika mengantri untuk dilayani	3,72	3,75	13,95	18,75	4,8	24
24.	Pegadaian UPC Winong menganggap semua konsumen itu sama tanpa memandang status sosial	3,62	3,74	13,54	18,7	5,16	18
25.	Kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan pada konsumen	3,64	3,92	14,27	19,6	5,33	9
26.	Pegadaian UPC Winong selalu menerapkan 3S yaitu senyum, sapa dan salam	3,51	3,63	12,74	18,15	5,41	8
27.	Pegadaian UPC Winong berusaha memberikan informasi sejelas dan selengkap mungkin kepada konsumen melalui penggunaan media social	3,57	3,72	13,28	18,6	5,32	10

4.3 Analisa dan Interpretasi

4.3.1 Analisa Hasil Pengujian Data

Pada pengumpulan data dalam penyebaran kuisioner sebanyak 100 responden akan dilakukan pengujian data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu sebelum dilakukan pengolahan data. Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah setiap butir pertanyaan atau item sudah tepat untuk digunakan dalam mengukur suatu aspek tertentu. Validitas diukur dengan menggunakan nilai korelasi. Jadi kevalidan dari suatu item atau pertanyaan dapat dilihat dari *output* pengolahan SPSS ditabel *Item-Total Statistic* dari nilai *Correlate Item –Total Corelation* tiap item atau butir pertanyaan berdasarkan hasil dari perhitungan nilai korelasi menggunakan SPSS 23 didapatkan hasil bahwa semua atribut pertanyaan pada kuesioner sudah valid. Item dikatakan valid apabila nilai korelasi hitung (r hitung) lebih besar dari r tabel. Dari

nilai tabel $df = \text{jumlah responden} - 2$, dalam penelitian ini $df = 100 - 2 = 98$. Dan tingkat signifikansi 0,05 maka didapatkan nilai r tabel sebesar $= 0,195$.

Dari hasil penyebaran kuesioner dan melakukan pengolahan pada 27 atribut pertanyaan untuk tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan yang dapat dilihat pada tabel 4.8 adalah hasil uji validitas pada tingkat kepentingan menggunakan *software* SPSS 23 dan pada tabel 4.9 adalah hasil uji validitas tingkat kepuasan menggunakan *software* SPSS 23 menunjukkan bahwa korelasi hitung nilainya lebih besar dari nilai korelasi tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua atribut pertanyaan dalam kuesioner telah mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan pada atribut tersebut. Setelah semua pertanyaan terbukti valid maka akan dilakukan uji reliabilitas.

Uji reliabilitas ini digunakan untuk mengetahui apakah instrument yang akan digunakan dalam penelitian tersebut akan memberikan hasil yang sama meskipun dilakukan berulang-ulang pada waktu kapan saja. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* yang dinyatakan dengan nilai korelasi. Dapat dilihat pada tabel 4.10 dimana hasil dari uji reliabilitas tingkat kepentingan yang telah diolah menggunakan *software* SPSS 23 memiliki nilai sebesar 0,706 dan pada tabel 4.11 tingkat kepuasan telah dilakukan pengujian yang sama dan memiliki nilai sebesar 0,706. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut dalam kuesioner sudah dinyatakan reliabel karena memiliki nilai korelasi lebih dari 0,6.

4.3.2 Analisa Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Hasil perhitungan rata-rata skor tingkat kepuasan (X) dan rata-rata tingkat kepentingan (Y) akan dipetakan dalam bentuk diagram kartesius, yang bertujuan untuk mengetahui letak tiap atribut. Berdasarkan pemetaan dari gambar 4.1 semua atribut pernyataan dapat dikelompokkan ke dalam empat kuadran, yaitu sebagai berikut :

a. Kuadran I

Kuadran I ini membutuhkan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh pihak manajemen perusahaan, karena atribut-atribut dalam kuadran ini dianggap sangat

penting oleh pelanggan, akan tetapi tingkat pelaksanaan dianggap masih belum memuaskan pelanggan. Semua atribut yang berada dalam kuadran ini merupakan kekurangan yang dimiliki oleh Pegadaian UPC Winong. Berikut adalah atribut-atribut yang terletak pada kuadran I :

Tabel 4. 11 Atribut Pernyataan Yang Menempati Kuadran I

Kode Atribut	Atribut	Tingkat Kepuasan (X)	Tingkat Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)
RES18	petugas dapat mengatasi keluhan dengan tepat	330	392	84,18

Pada tabel 4.17 seluruh atribut yang terletak pada kuadran I memiliki nilai tingkat kesesuaian yang bernilai lebih kecil dari batas tolak ukur keputusan (96,36%), sehingga seluruh atribut yang berada pada kuadran ini memerlukan perbaikan atau *action*.

4.3.3 Analisa Metode *Potential Gain in Costumer Value* (PGCV)

Hasil dari perhitungan *Pain Gain in Customer Value* (PGCV) digunakan untuk memberikan jalan bagi diagram kartesius dimana yang menjadi fokus perbaikan adalah atribut-atribut yang terletak pada kuadran I dan seperti yang kita lihat urutan prioritas perbaikan dengan PGCV .

Hasil penelitian pada atribut perbaikan dari metode IPA dengan metode PGCV berbeda karena terdapat perbedaan dalam menganalisis data, jika pada metode IPA menggunakan *software* SPSS versi 23 dengan didasarkan pada diagram kartesius yang memiliki empat kuadran dan pada metode PGCV menggunakan excel dan dihitung secara manual yang didasarkan pada Prioritas perbaikan yang tertinggi.

4.3.4 Interpretasi

Setelah dilakukan analisis data kemudian tahapan berikutnya yaitu dengan melakukan interpretasi data. Tujuan dari interpretasi data yaitu untuk membandingkan antara konsep analisa dengan konsep penelitian yang sudah ditentukan sebelumnya.

Dari hasil analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode IPA dan metode PGCV di Pegadaian UPC Winong. Hasil pengujian data

dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas kuisioner menunjukkan bahwa semua item pernyataan kuesioner telah terbukti valid dan reliabel. Selanjutnya dilakukan pengolahan data menggunakan metode IPA 27 atribut, berdasarkan dengan lima dimensi diantaranya *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Dilihat dari diagram kartesius terdapat satu atribut yang harus segera dilakukan perbaikan yaitu atribut yang terletak pada kuadran I. Untuk melihat urutan secara rinci atribut yang diprioritaskan agar segera dilakukan perbaikan dapat diolah menggunakan indeks PGCV.

Setelah melakukan perhitungan menggunakan metode PGCV, terdapat enam atribut yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan. Pada metode PGCV atribut yang diprioritaskan untuk mendapatkan perbaikan yaitu atribut yang memiliki nilai Indeks PGCV tertinggi sesuai urutan.

4.4 Pembuktian Hipotesa

Berdasarkan hasil yang didapatkan dari analisis menggunakan metode IPA dan PGCV pada penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen di Pegadaian UPC Winong agar terciptanya loyalitas. Dari hasil perhitungan menggunakan metode IPA diketahui bahwa ada satu atribut yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan. Hal ini dapat dilihat pada diagram kartesius yang terletak pada kuadran I. Selanjutnya dilakukan pengolahan data menggunakan indeks PGCV untuk memberikan jalan diagram kartesius tepatnya pada atribut yang terletak pada kuadran I agar dapat mengetahui urutan tiap atribut yang diprioritaskan untuk segera dilakukan perbaikan secara detail.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Para pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan di Pegadaian UPC Winong menilai bahwa tingkat kepuasan dan harapan pelanggan belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini dapat ditunjukkan dari atribut yang berada pada kuadran I yang memiliki nilai tingkat kesesuaian kurang dari batas tolak ukur keputusan sebesar 96,36%, sehingga seluruh atribut yang terletak pada kuadran ini memerlukan perbaikan (*action*). Atribut yang terletak pada kuadran I diantaranya adalah Atribut RES18 (petugas dapat mengatasi keluhan dengan tepat) yang memiliki nilai tingkat kesesuaian sebesar 84,18%.
2. Berdasarkan perhitungan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Potential Gain in Customer Value (PGCV), ditemukan beberapa atribut prioritas yang perlu segera diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Salah satu atribut terpenting adalah kemampuan petugas dalam mengatasi keluhan pelanggan (RES18), yang dapat ditingkatkan melalui:

Penambahan jumlah petugas di loket layanan agar respons lebih cepat, terutama saat antrean Panjang, Pelatihan lanjutan mengenai teknik komunikasi dan penanganan keluhan secara empatik dan profesional, Penerapan SOP keluhan dan monitoring berkala terhadap penyelesaiannya. Selain itu, beberapa atribut lain dengan nilai PGCV tinggi menunjukkan perlunya peningkatan sarana fisik, seperti: Penambahan dan perbaikan fasilitas ruang tunggu yang nyaman, termasuk kursi dan ventilasi/AC. Pengadaan dan pemasangan nomor antrian otomatis agar pelayanan lebih tertib dan efisien. Penambahan komputer dan meja kerja untuk mempercepat proses pelayanan serta mengurangi waktu tunggu pelanggan. Perluasan area parkir agar aman dan memadai.

Perbaikan terhadap poin-poin tersebut diyakini dapat meningkatkan kualitas pelayanan secara signifikan di Pegadaian UPC Winong.

5.2 Saran

- 1 Pegadaian UPC Winong disarankan untuk segera memperbaiki atribut pelayanan yang berada di Kuadran I IPA dan memiliki nilai indeks PGCV tertinggi, karena atribut-atribut ini sangat penting bagi pelanggan tetapi masih belum memuaskan. Beberapa langkah yang dapat dilakukan antara lain:
Menambah jumlah petugas layanan untuk mempercepat waktu pelayanan dan menangani keluhan pelanggan secara efektif, Melakukan pelatihan berkala bagi karyawan tentang komunikasi pelanggan, khususnya dalam menangani keluhan dan menjaga profesionalisme. Menyusun dan menerapkan SOP penanganan keluhan pelanggan yang terintegrasi dan terpantau secara rutin.
- 2 Peningkatan sarana dan prasarana fisik juga perlu dilakukan, khususnya pada atribut yang berkaitan dengan kenyamanan dan kemudahan layanan:
Menambah kursi dan memperluas ruang tunggu agar pelanggan merasa nyaman saat menunggu. Menyediakan sistem antrean otomatis (seperti mesin nomor antrean dan display antrian) untuk meningkatkan efisiensi dan keteraturan. Melengkapi fasilitas pendukung seperti AC, toilet bersih, tempat ibadah, Wi-Fi, serta CCTV sebagai bagian dari pelayanan prima. Manajemen Pegadaian disarankan untuk menjadikan hasil analisis IPA dan PGCV sebagai dasar evaluasi rutin dalam peningkatan kualitas layanan. Dengan begitu, perbaikan yang dilakukan bersifat terarah dan tepat sasaran sesuai dengan

DAFTAR PUSTAKA

- Ariana, D. (2018). Berdasarkan Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value Index* (PGCV) (Studi Kasus pada RSKIA Sadewa Yogyakarta). (April), 26–28.
- Affiudin, F., & Sulistyawati, L. (2019). Analisa Peningkatan Kualitas pada Pelayanan Jasa PT. Sucofindo Analytical Laboratorium Surabaya dengan (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). 10(2), 238–251.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63.
- Fitria. (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Haksever. (2000). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 120–134.
- Kotler. (1997). *Mahasiswa Prodi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta Dosen Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta Dosen Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta* 15. 476.
- Purnomo, W., & Riandadari, D. (2015). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode Ipa (Importance Performance Analysis) Di Pt Arina Parama Jaya Gresik. *Jurnal Teknik Mesin*, 03(03), 54–63. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jtm-unesa/article/view/11298/10727>
- Putri, R. O., & Martha, S. (2019). *Analisis kualitas pelayanan akademik dengan metode servperf dan ipa*. 08(1), 103–110.
- Rahmah, N. F. (2017). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA KEPUASAN KONSUMEN BENGKEL GLOBAL MOTOR CENTER YOGYAKARTA. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 01, 1–7. Retrieved from <http://www.albayan.ac>

- Saputra, A. (2019). *Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan subbag pendidikan fakultas Teknik universitas XYZ*. 3(2), 57–62.
- Siregar, S. F. (2006). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Customer Value (PgcV) Di Pt Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 7, 40–47.
- Sugijanto, & Surabagiarta, I. K. (2016). Analisis Tingkat Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Model Kano dan Importance Performance Analysis (IPA). *Majalah Ekonomi*, XXI(1), 61–77.
- Sugiyono. (2011). *sampel sugiyono* (p. 87). p. 87.
- Sukwadi, R. (2014). Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan TransJakarta dengan Menggunakan Metode IPA-PGCV. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 5(2), 64–69.
- Sununindyo Kumoro. (2018). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DAN POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan NaavaGreen Kotabaru Yogyakarta). *Jurnal Teknologi Industri*, 2(1), 1–88.
- Syarif, A. (2019). The Measurement of Customer Satisfaction Index with Method of Importance-Performance and Gap Analysis. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 7(2), 057. <https://doi.org/10.14421/grieb.2019.072-01>
- Umam, R. K., & Hariastuti, N. P. (2018). Analisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan*, 339–344.
- Wicaksono, B., Setyanto, N. W., & Oktaviany, O. (2003). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA PELAYANAN KESEHATAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV) DAN ENTROPY (Studi Kasus : Rumah Sakit Mardi Waluyo Kota Blitar) CUSTOMER SATISFACTION ANALYSIS ON HEALTHCARE SERVICE WITH POTENTIAL. 637–647.

- Winarno, H., & Absor, T. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 146–160. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.15>
- Yola, M., & Budianto, D. (2013). *PELAYANAN DAN HARGA PRODUK PADA SUPERMARKET DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*. 301–309.
- Zakaria, R., & Fahma, F. (2007). *Peningkatan Pelayanan Jasa dengan Menggunakan Metode Servqual dan Metode Quality Function Deployment*. 6(2), 81–86.

