

Evaluasi Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan melalui Pendekatan Service Quality dan Importance Performance Analysis

Rudi Faisal^{1*}, John Suarlin², Soni Fajar Mahmud³

¹²³⁾ Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Dumai
Jl. Utama Karya Bukit Batrem II

Email: faisalrudifaisal@gmail.com¹, Johnsuarlin@gmail.com², sfajarmahmud@gmail.com³

ABSTRAK

Pelayanan yang berkualitas merupakan faktor utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen pada sektor ritel modern. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan di JY Mart menggunakan metode Service Quality (SERVQUAL) dan Importance Performance Analysis (IPA). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan penyebaran kuesioner kepada 87 responden yang dipilih secara accidental sampling. Lima dimensi SERVQUAL yang diukur meliputi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan negatif antara harapan dan persepsi pelanggan pada seluruh dimensi layanan, yang mengindikasikan bahwa layanan JY Mart belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan. Dimensi responsiveness dan reliability memiliki nilai gap tertinggi, menandakan aspek tersebut perlu mendapat perhatian khusus. Melalui pemetaan IPA, ditemukan bahwa beberapa atribut masuk dalam kuadran I (prioritas utama), seperti kecepatan pelayanan di kasir dan responsivitas karyawan dalam menangani keluhan. JY Mart perlu meningkatkan aspek kecepatan pelayanan, ketepatan informasi harga, serta komunikasi karyawan kepada pelanggan. Rekomendasi strategis disusun berdasarkan hasil analisis kuantitatif, sebagai bahan evaluasi manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan, SERVQUAL, Importance Performance Analysis, JY Mart

ABSTRACT

Quality service is a major factor in maintaining consumer loyalty in the modern retail sector. This study aims to analyze the level of customer satisfaction with service quality at JY Mart using the Service Quality (SERVQUAL) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. This study uses a descriptive quantitative approach, by distributing questionnaires to 87 respondents selected by accidental sampling. The five dimensions of SERVQUAL measured include tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The results of the study indicate that there is a negative gap between customer expectations and perceptions in all service dimensions, indicating that JY Mart's service has not fully met customer expectations. The responsiveness and reliability dimensions have the highest gap values, indicating that these aspects need special attention. Through IPA mapping, it was found that several attributes fall into quadrant I (top priority), such as speed of service at the cashier and employee responsiveness in handling complaints. JY Mart needs to improve aspects of service speed, accuracy of price information, and employee communication to customers. Strategic recommendations are prepared based on the results of quantitative analysis, as material for management evaluation to improve service quality and customer satisfaction sustainably.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, SERVQUAL, Importance Performance Analysis, JY Mart

Pendahuluan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu keunggulan utama dalam upaya memenuhi kepuasan pelanggan dan menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran. Ketika layanan yang diberikan mampu menjawab harapan dan kebutuhan pelanggan, maka kualitas tersebut dapat dinilai baik. Sebaliknya, layanan yang tidak sesuai akan menurunkan persepsi kualitas. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen (Safira et al., 2023). Kualitas pelayanan memegang peran krusial dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, maka semakin besar pula kemungkinan pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang diterimanya. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan, yang secara langsung berdampak pada loyalitas dan keberlanjutan hubungan jangka panjang antara konsumen dan penyedia jasa (Saputra & Sofiyannurriyanti, 2021)(Salbila & Wardani, 2025). Dalam konteks industri jasa, kualitas pelayanan tidak hanya menjadi indikator utama dalam menilai kepuasan pelanggan, tetapi juga menjadi elemen penting yang mencerminkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Organisasi jasa yang mampu memberikan pelayanan secara konsisten dan sesuai harapan pelanggan akan lebih mudah memperoleh kepercayaan pasar (Desyanti et al., 2022). Lebih jauh, kualitas jasa dapat dipahami sebagai sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Pengendalian terhadap kualitas ini menjadi penting karena berfungsi sebagai tolok ukur untuk memastikan bahwa setiap elemen pelayanan berjalan sesuai standar dan mampu memberikan pengalaman positif bagi pelanggan (Eka Damayanti et al., 2024) .

Perkembangan sektor ritel di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Meningkatnya daya beli masyarakat serta tren belanja yang semakin mengarah pada kenyamanan dan kecepatan membuat industri ritel harus mampu beradaptasi dengan cepat. Dalam konteks ini, kualitas layanan menjadi elemen penting yang menentukan keberhasilan sebuah perusahaan ritel untuk bertahan dalam persaingan yang semakin ketat(Renaldi & Mulyati, 2022). Konsumen saat ini tidak hanya berorientasi pada produk, namun juga sangat mempertimbangkan kualitas pelayanan yang diberikan, mulai dari kecepatan layanan, ketepatan informasi, hingga keramahan petugas (Fanani et al., 2021)(Saputra & Nurriyanti, 2021). Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, pengukuran kualitas pelayanan merupakan langkah strategis yang dapat digunakan untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan suatu layanan. Salah satu metode yang banyak digunakan dalam pengukuran kualitas pelayanan adalah metode SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry. Metode ini mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi terhadap pelayanan yang diterima, dengan lima dimensi utama yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*(Wibowo & Muflihah, 2022)(Anindya & Iva Mindhayani, 2021).

Penelitian tentang kualitas pelayanan telah dilakukan di berbagai sektor, mulai dari pendidikan(Fanani et al., 2021), ekspedisi (Saputra & Nurriyanti, 2021), laundry (Anindya & Iva Mindhayani, 2021), hingga jasa kesehatan(Naufal & Ceha, 2023). Namun demikian, masih sedikit penelitian yang secara spesifik menyoroti pelayanan pada ritel lokal seperti JY Mart. Di era digitalisasi saat ini, ritel tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk yang berkualitas, namun juga memberikan layanan yang responsif, efisien, dan sesuai dengan ekspektasi konsumen (Alamsyah et al., 2024)(Yanti & Nugraha, 2024)

JY Mart merupakan salah satu perusahaan ritel lokal yang beroperasi di Dumai sejak 2018. Dalam beberapa tahun terakhir, JY Mart menghadapi berbagai keluhan konsumen seperti antrian panjang, ketidaksesuaian harga antara rak dan kasir, serta kurangnya respon karyawan terhadap keluhan pelanggan. Keluhan-keluhan ini merupakan indikator adanya kesenjangan antara ekspektasi dan realitas layanan yang diterima konsumen. Apabila hal ini tidak segera ditangani, maka akan berdampak pada penurunan loyalitas pelanggan dan citra perusahaan secara keseluruhan. Dengan demikian, perlu dilakukan evaluasi mendalam terhadap kualitas pelayanan di JY Mart melalui pengukuran berbasis SERVQUAL dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Pendekatan ini memungkinkan identifikasi prioritas perbaikan layanan berdasarkan dimensi-dimensi yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Rahman et al., 2023)(Alfianto & Cahyadi, 2023). IPA juga membantu memetakan atribut layanan ke dalam empat kuadran prioritas, sehingga perusahaan dapat menyusun strategi peningkatan kualitas secara lebih tepat sasaran (Alamsyah et al., 2024)(Utami & Hapsari, 2023). Beberapa studi sebelumnya menunjukkan bahwa dimensi tangibles dan responsiveness seringkali menjadi penyebab utama ketidakpuasan konsumen dalam layanan ritel (Renaldi & Mulyati, 2022)(Wibowo & Muflihah, 2022). Hal ini juga tercermin dalam hasil survei awal terhadap pelanggan JY Mart. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan JY Mart menggunakan metode SERVQUAL dan IPA, serta memberikan rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh manajemen perusahaan guna meningkatkan kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan.

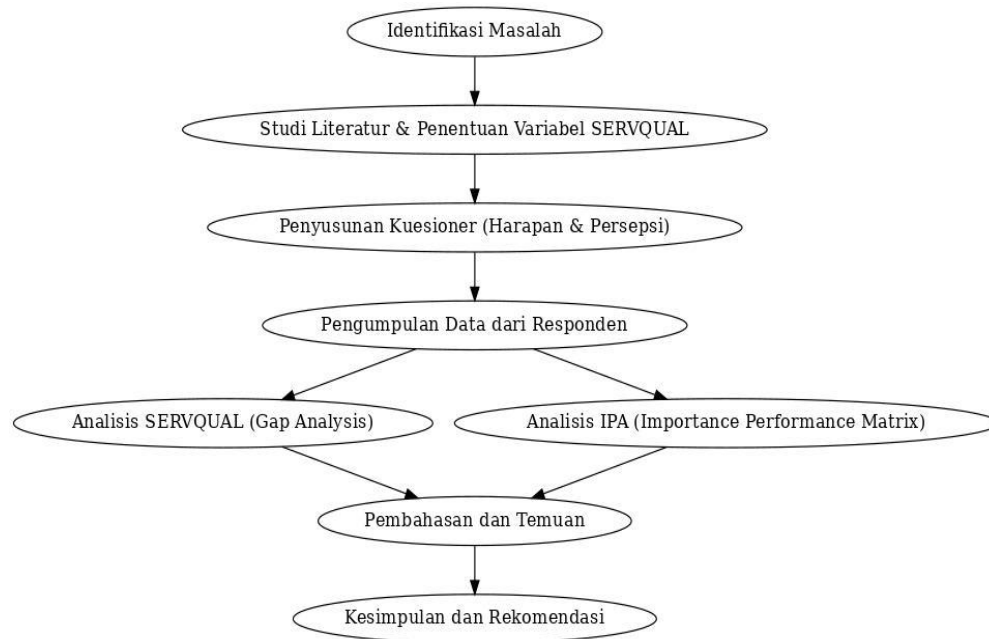
Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei hingga Juli 2024, dengan lokasi di salah satu pusat perbelanjaan ritel *modern* yaitu JY MART. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya intensitas interaksi langsung antara pelanggan dan penyedia layanan, sehingga cocok untuk dianalisis menggunakan pendekatan kualitas pelayanan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi antara SERVQUAL (*Service Quality*) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode SERVQUAL digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima, melalui lima dimensi utama yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Sementara itu, metode IPA digunakan untuk memetakan setiap atribut layanan ke dalam empat kuadran yang menggambarkan tingkat kepentingan dan kinerja, sehingga membantu dalam menentukan prioritas perbaikan layanan. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen JY MART, yang terdiri dari dua bagian utama: harapan dan persepsi layanan. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis menggunakan kedua metode tersebut untuk mengetahui atribut layanan mana yang menjadi kekuatan, kelemahan, serta prioritas perbaikan bagi manajemen.

Untuk lebih memudahkan pemahaman mengenai alur kerja penelitian ini, berikut disajikan laju alir proses penelitian:



Gambar 1. Bagan alir penelitian

Hasil dan Pembahasan

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan di JY Mart rata-rata sejumlah 650 pelanggan. Berdasarkan jumlah populasi tersebut, maka dipilih sampel dengan menggunakan rumus *slovin* dengan nilai *error* tidak melebihi dari 5 %, dan didapatkan jumlah respondenya 87 pelanggan.

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevaliditan suatu instrument. Dalam penelitian yang menggunakan kuisisioner untuk mengumpulkan data penting dilakukan pengujian validasi untuk mengetahui kevalidtan suatu data, dalam hal ini *software* SPSS IBM *statistics* 26 digunakan untuk mengetahui nilai rhitung. Hasil uji Validitas instrumen variabel kinerja dan harapan dilakukan untuk 87 responden di JY Mart.

1. Menentukan Hipotesis

$H_0 < \text{Alpha}$: butir pertanyaan kuesioner valid

$H_0 \text{ Alpha} >$ butir pertanyaan kuesioner tidak valid

2. Menentukan nilai r tabel

Tingkat signifikasi 5% (0,05)

$df = n - 2$

$df = 87 - 2 = 85$

Jika dilihat pada r tabel, maka r tabel adalah 0,2108

3. Menentukan r hitung

Nilai r hitung diperoleh dari pengolahan data dengan menggunakan *software* SPSS IBM *statistics* versi 26.

Hasil r hitung dapat dilihat pada tabel 1

4. Pengambilan Keputusan

Jika r hitung $\geq$ r tabel, maka atribut atau *item* kuesioner dinyatakan valid

Jika r hitung $\leq$ r tabel, maka atribut atau item kuesioner dinyatakan tidak valid

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner Kinerja dan Harapan

No	Variabel	r hitung		r tabel	Keterangan	
		Kinerja	Harapan		Kinerja	Harapan
1	<i>Tangibles 1</i>	0,569	0,566	0,2108	valid	valid
2	<i>Tangibles 2</i>	0,770	0,542	0,2108	valid	valid
3	<i>Tangibles 3</i>	0,668	0,661	0,2108	valid	valid
4	<i>Tangibles 4</i>	0,648	0,590	0,2108	valid	valid
5	<i>Tangibles 5</i>	0,616	0,751	0,2108	valid	valid
6	<i>Reability 1</i>	0,729	0,639	0,2108	valid	valid
7	<i>Reability 2</i>	0,584	0,605	0,2108	valid	valid
8	<i>Reability 3</i>	0,767	0,713	0,2108	valid	valid
9	<i>Reability 4</i>	0,598	0,522	0,2108	valid	valid
10	<i>Reability 5</i>	0,661	0,722	0,2108	valid	valid
11	<i>Responsivenes 1</i>	0,509	0,520	0,2108	valid	valid
12	<i>Responsivenes 2</i>	0,597	0,779	0,2108	valid	valid
13	<i>Responsivenes 3</i>	0,715	0,636	0,2108	valid	valid
14	<i>Responsivenes 4</i>	0,679	0,747	0,2108	valid	valid
15	<i>Responsivenes 5</i>	0,716	0,696	0,2108	valid	valid
16	<i>Assurance 1</i>	0,576	0,592	0,2108	valid	valid
17	<i>Assurance 2</i>	0,626	0,762	0,2108	valid	valid
18	<i>Assurance 3</i>	0,668	0,706	0,2108	valid	valid
19	<i>Assurance 4</i>	0,589	0,588	0,2108	valid	valid
20	<i>Assurance 5</i>	0,697	0,789	0,2108	valid	valid
21	<i>Empaty 1</i>	0,674	0,608	0,2108	valid	valid
22	<i>Empaty 2</i>	0,573	0,735	0,2108	valid	valid
23	<i>Empaty 3</i>	0,745	0,729	0,2108	valid	valid
24	<i>Empaty 4</i>	0,684	0,733	0,2108	valid	valid
25	<i>Empaty 5</i>	0,831	0,791	0,2108	valid	valid

Uji Realibilitas

Uji realibilias adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukuran dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode uji realibilitaas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*. Untuk penentuan apakah instrument reliabel atau tidak, bisa digunakan batasan tertentu seperti 0,6. Menurut Seakan (1992), realibiltas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik. Uji Realibilitas dapat dilihat Tabel 2.

Tabel 2. Hasil uji realibilitas kuesioner kinerja dan harapan.

NO	Variabel		<i>Cronbach's</i>	Nilai Batas	Keterangan
			<i>Alpha</i>		
1	<i>Tangibles</i>	Kinerja	0,669	0,600	Valid
		Harapan	0,608	0,600	Valid
2	<i>Reability</i>	Kinerja	0,691	0,600	Valid
		Harapan	0,643	0,600	Valid
3	<i>Responsivenes</i>	Kinerja	0,646	0,600	Valid
		Harapan	0,706	0,600	Valid
4	<i>Assurance</i>	Kinerja	0,617	0,600	Valid
		Harapan	0,725	0,600	Valid
5	<i>Empaty</i>	Kinerja	0,743	0,600	Valid
		Harapan	0,765	0,600	Valid

Tabel 2. menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel kepentingan dan kinerja dari nilai batas realibilitas yaitu 0,600 yang berarti bahwa data reliabel.

Perhitungan Nilai GAP

Berdasarkan hasil perhitungan ini dapat diketahui tingkat kepuasan pelanggan JY Mart secara keseluruhan maupun tiap dimensi.

Perhitungan Kinerja

Untuk mengetahui jumlah bobot kepentingan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum X_i = (\sum X_1 . 1) + (\sum X_2 . 2) + (\sum X_3 . 3) + (\sum X_4 . 4)$$

$$\sum X_i = (\sum_1 x 1) + (\sum_2 x 2) + (\sum_3 x 3) + (\sum_4 x 4)$$

$$\sum X_i = (\sum 0 x 1) + (\sum 9 x 2) + (\sum 41 x 3) + (\sum 37 x 4)$$

$$\sum X_i = 0+18+123+148$$

$$\sum X_i = 289$$

Rata – rata dari jawaban responden adalah 3,322

Perhitungan Harapan

Untuk mengetahui jumlah bobot harapan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sum Y_i = (\sum Y_1 . 1) + (\sum Y_2 . 2) + (\sum Y_3 . 3) + (\sum Y_4 . 4)$$

$$\sum Y_i = (\sum_1 . 1) + (\sum_2 . 2) + (\sum_3 . 3) + (\sum_4 . 4)$$

$$\sum Y_i = (\sum 0 x 1) + (\sum 9 x 2) + (\sum 38 x 3) + (\sum 40 x 4)$$

$$\sum Y_i = 0+18+114+160$$

$$= 3,382$$

$$\sum Y_i = 292$$

Rata – rata dari jawaban responden adalah 3,382

Perhitungan Kualitas Pelayanan

Untuk mengetahui nilai kualitas dihitung dengan cara:

$$Q = P/E \quad (1)$$

Keterangan:

Q = *Quality Of Service* (Kualitas Pelayanan) P

= Perceived (Kinerja Perusahaan)

E = Expected (Harapan Pelayanan)

$$Q = \frac{3,322}{3,782} = 0,878$$

Pelayanan dikatakan baik apabila nilai $Q \geq 1$

Perhitungan Nilai GAP

Untuk mengetahui nilai GAP menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Q = P - E \quad (2)$$

Sehingga didapat nilai GAP pada Atribut pertama adalah: $Q = P - E$

$$Q = 3,322 - 3,782$$

$$Q = -0,460$$

Tabel 3. Perhitungan nilai GAP keseluruhan

Simbol	Kinerja Rata-rata	Simbol	Harapan Rata-rata	Q = P/E	GAP
X1	3,322	Y1	3,782	0,878	-0,460
X2	2,920	Y2	3,690	0,791	-0,770
X3	3,207	Y3	3,644	0,880	-0,437
X4	3,103	Y4	3,805	0,816	-0,701
X5	3,115	Y5	3,586	0,869	-0,471
X6	3,356	Y6	3,402	0,986	-0,046
X7	3,276	Y7	3,379	0,969	-0,103
X8	3,575	Y8	3,563	1,003	0,011
X9	3,345	Y9	3,241	1,032	0,103
X10	3,310	Y10	3,368	0,983	-0,057
X11	3,149	Y11	3,494	0,901	-0,345
X12	3,241	Y12	3,356	0,966	-0,115
X13	3,414	Y13	3,529	0,967	-0,115
X14	3,195	Y14	3,368	0,949	-0,172
X15	3,000	Y15	3,207	0,935	-0,207
X16	3,333	Y16	3,586	0,929	-0,253
X17	3,414	Y17	3,575	0,955	-0,161
X18	3,230	Y18	3,506	0,921	-0,276
X19	3,460	Y19	3,621	0,956	-0,161
X20	2,943	Y20	3,379	0,871	-0,437
X21	3,299	Y21	3,517	0,938	-0,218
X22	3,483	Y22	3,540	0,984	-0,057
X23	3,253	Y23	3,471	0,937	-0,218
X24	3,494	Y24	3,563	0,981	-0,069
X25	3,023	Y25	3,195	0,946	-0,172

Tabel 3. Menunjukkan bahwa hasil dari rekapitulasi nilai Gap pada setiap variabel responden pelanggan JY Mart nilai tertinggi adalah 0,103 Sedangkan hasil dari rekapitulasi nilai gap 5 pada setiap variabel responden pelanggan JY Mart nilai terendahnya adalah -0,770.

Perhitungan Kepuasan Pelanggan JY Mart berdasarkan Dimensi *SERQUAL* GAP 5.0

Perhitungan Kepuasan Pelanggan JY Mart berdasarkan dimensi *SERVQUAL* sebagai berikut:

1. Nilai Kinerja

a. Perhitungan nilai untuk dimensi Tangibles (Kinerja)

Tabel 4. Rekapitulasi nilai rata-rata kinerja dan harapan nilai GAP 5 pelanggan JY Mart pada setiap dimensi.

No	Dimensi <i>SERQUAL</i>	Nilai	
		Kinerja	Harapan
1	<i>Tangibles</i>	3,133	3,701
2	<i>Reability</i>	3,372	3,391
3	<i>Responsivenes</i>	3,200	3,391
4	<i>Assurance</i>	3,276	3,533
5	<i>Empaty</i>	3,310	3,457

Sumber: Pengolahan Data, 2025

Tabel 4. menunjukkan bahwa berdasarkan kategori tingkat kepuasan pada nilai Kepentingan pada setiap dimensi *SERQUAL* adalah memuaskan, begitu juga dengan kategori tingkat kepuasan pada nilai Kinerja dimensi cukup memuaskan. Kepentingan maupun Kinerja dilihat dari nilai rata-rata tertinggi dan nilai rata-rata terendah, nilai rata-rata tertinggi tersebut sebesar 5 (lima) dan nilai rata-rata terendah adalah 1 (satu). Jadi kategori kepuasan adalah sebagaai berikut:

1,00 - 1,79 = Tidak Memuaskan
1,80 - 2,5 = Kurang Memuaskan
2,60 - 3,39 = Cukup Memuaskan
3,40 - 4,00 = Memuaskan
4,01 - 5,00 = Sangat Memuaskan

Untuk melihat perhitungan nilai skor *SERVQUAL* dimensi pelanggan JY Mart dapat dilihat pada Tabel 5.

Skor *SERVQUAL* = Skor Kinerja – Skor Harapan

$$SQ_i = \bar{X}_i - Y_i \quad (3)$$

$$Tangibles = 3,133 - 3,701 = -0,568$$

Tabel 5. Rekapitulasi Nilai Skor *SERVQUAL* Setiap Dimensi

No	Dimensi <i>SERVQUAL</i>	Skor Kinerja	Skor Harapan	Nilai <i>SERVQUAL</i>	Keterangan
1	<i>Tangibles</i>	3,133	3,701	-0,568	Tidak Memuaskan
2	<i>Reability</i>	3,372	3,391	-0,018	Tidak Memuaskan
3	<i>Responsivenes</i>	3,200	3,391	-0,191	Tidak Memuaskan
4	<i>Assurance</i>	3,276	3,533	-0,257	Tidak Memuaskan
5	<i>Empaty</i>	3,310	3,457	-0,147	Tidak Memuaskan

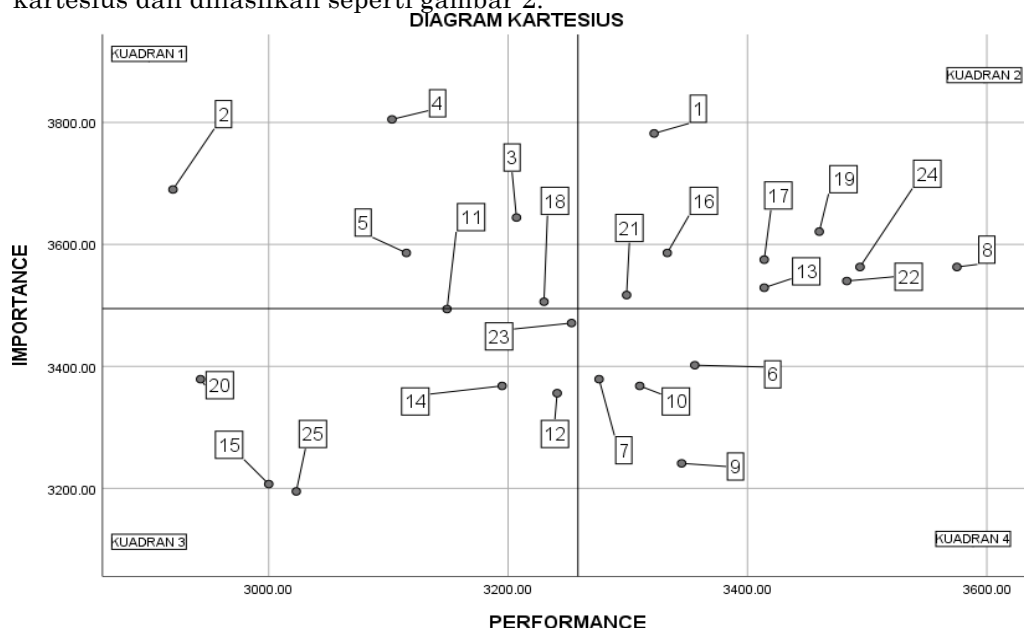
Tabel 5. menunjukkan bahwa nilai skor *SERVQUAL* untuk dimensi *Tangibles*, *Realibility*, *Responsivenes*, *Assurance*, *Empathy* tidak memuaskan. Apabila nilai *SERVQUAL* yang didapat >0 maka dinyatakan memuaskan. Demikian juga sebaliknya apabila nilai *servqual* yang didapat <0 maka dinyatakan tidak memuaskan.

Importance Performance Analysis

1. Diagram Kartesius Keseluruhan

Untuk menjabarkan tiap atribut kedalam diagram kartesius data yang dipelukan adalah nilai rata-rata kepentingan dan nilai rata-rata kinerja dari seluruh responden yang telah diketahui dari perhitungan *SERQUAL* sebelumnya. Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai rata-rata kepentingan dan kinerja setiap atribut yang digunakan sebagai

input data untuk menggambarkan letak kuadran tiap atribut pelayanan, penelitian ini menggunakan *software* SPSS sebagai aplikasi pembantu dalam menggambar diagram kartesius dan dihasilkan seperti gambar 2.



Gambar 2 menunjukkan grafik dari diagram IPA atau kartesius di mana dibagi menjadi 4 yaitu:

Kuadran 1 (Prioritas Utama)

Atribut pernyataan yang menempati kuadran ini meliputi 2,3,4,5,11,18 yaitu: Pelayanan yang diberikan sesuai dengan janji yang diberikan pada konsumen, Kemampuan kasir untuk menghitung dengan teliti, Kelengkapan menyediakan mode pembayaran kartu kredit,debit,QRIS,Dll, Ketepatan harga sesuai dengan label harga, Pegawai memakai seragam lengkap dengan identitas, bersih, dan rapi, Menyarankan konsumen untuk memilih produk yang tepat bagi kebutuhannya.

Kuadran 2 (Pertahankan Prestasi)

Atribut pernyataan yang menempati kuadran ini meliputi 1,8,13,17,19,21,22, dan 24 yaitu: Kecepatan pegawai dalam melayani konsumen, Kecepatan pegawai dalam merespon pertanyaan dan keluhan konsumen, Keberadaan jumlah pegawai dan kasir yang memadai dalam melayani konsumen, Mendampingi konsumen apabila dibutuhkan tanpa diminta, Kejelasan informasi jam operasi (jam buka tutup), Kecepatan dalam memberikan solusi yang terbaik bagi keluhan konsumen, Kecepatan pelayanan oleh kasir, terutama jika konsumen terlalu banyak, Kecepatan dan ketepatan pegawai dalam menanggapi kebutuhan konsumen.

Kuadran 3 (Prioritas Rendah).

Atribut pernyataan yang menempati kuadran ini meliputi 12,14,15,20,23, dan 25, yaitu: Ketersediaan fasilitas yang lengkap (toilet, tempat parkir, ruang tunggu, dll), Promosi melalui media yang tersedia (brosur, *banner*, sms, iklan, dll), Adanya *security* yang memadai untuk menjaga keamanan di *dealer*, Menerima keluhan saran dan kritik Dari konsumen, Memberikan penjelasan ekstra tentang segala sesuatu yg dibutuhkan konsumen.

Kuadran 4 (Berlebihan)

Atribut pernyataan yang menempati kuadran ini meliputi 6,7,9,10 yaitu: Ketersediaan tempat parkir yang aman dan nyaman, Jaminan penggantian produk jika ditemukan produk rusak/cacat, Pengetahuan pegawai dalam menjelaskan produk yang ditanyakan konsumen, Keterampilan pegawai dalam melayani konsumen.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan JY Mart belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan, yang ditunjukkan oleh nilai GAP negatif pada seluruh dimensi SERVQUAL, terutama pada dimensi *responsiveness* dan *reliability*. *Importance Performance Analysis* (IPA) menunjukkan bahwa atribut seperti kecepatan pelayanan kasir, respons terhadap keluhan, dan kejelasan informasi produk menjadi prioritas utama yang harus segera diperbaiki. Oleh karena itu, JY Mart perlu meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan, perbaikan sistem informasi, serta efisiensi proses pelayanan guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Alamsyah, B. W., Suprihatin, E., & Hidayah, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Service Quality (Servqual), Importance Performance Analysis (IPA) dan Quality Function Deployment (QFD) Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Café Seling Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 10087–10095.
- Alfianto, R., & Cahyadi, A. (2023). Evaluasi Kualitas Pelayanan Rumah Makan Cepat Saji Menggunakan SERVQUAL dan IPA. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 12(2), 57–68.
- Anindya, A. P., & Iva Mindhayani. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 129–136. <https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3954>
- Desyanti, D., Yusrizal, Y., & Sari, F. (2022). Implementasi Algoritma K-Modes Untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pembelajaran Daring. *Building of Informatics, Technology and Science (BITS)*, 3(4), 719–727. <https://doi.org/10.47065/bits.v3i4.1401>
- Eka Damayanti, E., Rizka Arumsari, N., & Muhammad Yasin, R. (2024). The Influence of Green Marketing, Packaging, and Service Quality on Consumer Loyalty Through Consumer Satisfaction of Es Teh Indonesia (Indonesian Iced Tea) in Kudus. *KnE Social Sciences*, 2024, 481–493. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i17.16382>
- Fanani, A., Kurniawan, M. D., & Rizqi, A. W. (2021). Analisis Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan di Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Gresik. *Jurnal Manajemen Pelayanan Publik*, 9(1), 14–24.
- Naufal, M. Z. A., & Ceha, R. (2023). Analisis Kepuasan Pasien RSUD Menggunakan SERVQUAL dan Fuzzy Logic. *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia*, 11(2), 102–111.
- Rahman, F., Hidayati, L., & Santoso, D. (2023). Integrasi SERVQUAL dan IPA dalam Menentukan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Transportasi Online. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 15(2), 103–112.
- Renaldi, R., & Mulyati, D. S. (2022). Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Restoran Menggunakan SERVQUAL dan Kano. *Jurnal Teknik Industri Dan Sistem Informasi*, 11(2), 31–41.
- Safira, A. P., Desya, A., Zanedfi, C., Rajagukguk, P. V., Shakira, M., Maulida, I., & Zuraidah, E. (2023). Analisa Kepuasan dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Pada Pemesanan Makanan Menggunakan Metode Servqual. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(6), 320–329. <https://doi.org/10.47065/tin.v4i6.4612>
- Salbila, S., & Wardani, S. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Pos Indonesia Cabang Pamulang. *JORAPI: Journal of Research and Publication Innovation*, 3(1), 2025. <https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/index>

- Saputra, A., & Nurriyanti, S. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Ekspedisi Menggunakan SERVQUAL dan DEA. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 17(1), 55–64.
- Saputra, A., & Sofiyanurriyanti, S. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Ekspedisi dengan Metode Servqual dan Data Envelopment Analysis (DEA) di Kota Meulaboh. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 23(1), 82–96. <https://doi.org/10.32734/jsti.v23i1.4773>
- Utami, N. M., & Hapsari, A. T. (2023). Evaluasi Kualitas Pelayanan Perpustakaan Perguruan Tinggi Menggunakan SERVQUAL dan IPA. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 12(2), 60–70.
- Wibowo, S., & Muflihah, N. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Sanjaya Fitnes. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 15(1), 23–30.