
Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*

Ena Lidiawati¹, Librina Tria Putri², Molli Wahyuni³

^{1,2,3}STIE Bangkinang

¹enalidiawati69568@gmail.com, ²librinatria@gmail.com, ³whykpr@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel:

Diterima 22 Juni 2022

Disetujui 15 Juli 2022

Diterbitkan 31 Juli 2022

Kata kunci:

Kualitas pelayanan;
Kepuasan pelanggan;
Importance Performance Analysis (IPA); Kinerja;
Karyawan.

Keywords :

Service quality; Customer satisfaction; Importance Performance Analysis (IPA); Performance; Employee.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada nasi uduk djeng nara di bangkinang kota menggunakan metode *Importance-Performance Analysis (IPA)*. *Importance-Performance Analysis (IPA)* merupakan analisis tingkat kesesuaian harapan pelanggan dengan kinerja atau kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang makan di nasi uduk djeng nara bangkinang kota dengan menggunakan teknik *unknow populations*. Dari hasil penghitungan *unknow population* diperoleh sebanyak 97 sampel. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota yang dibuktikan dengan hasil olahan data yang menunjukkan item pernyataan lebih banyak masuk ke kuadran C yaitu sebanyak 13 (tiga belas) item.

ABSTRACT

This study aims to determine the level of customer satisfaction with service quality at Nasi Uduk Djeng Nara in Bangkinang Kota using the importance-performance analysis (IPA) method. Importance-performance analysis (IPA) is an analysis of the level of conformity of customer expectations with the performance or reality received by the customer. The population in this study were customers who ate Nasi Uduk Djeng Nara Bangkinang Kota using unknow populations. From the results of the calculation of the unknow population, there were 97 samples. Based on the results of the study, it shows that overall customers are satisfied with the quality of service provided by Nasi Uduk Djeng Nara in Bangkinang Kota as evidenced by the processed data which shows that more statement items enter the C quadrant, as many as 13 (thirteen) items.



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Pascasarjana, STIE Bangkinang. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY ND ([Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/).)

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat sekarang ini persaingan dalam bidang bisnis menyebabkan banyak perusahaan berlomba-lomba untuk merebut serta mempertahankan pangsa pasar. Salah satu sektor yang masuk dalam dunia usaha bisnis adalah sektor perdagangan. Khususnya perdagangan dibidang kuliner, usaha kuliner merupakan salah satu usaha yang sedang naik daun dan sangat diminati oleh masyarakat, kita bisa melihat berbagai usaha kuliner dimana saja, baik *offline* maupun *online*. Hal ini didukung adanya pertambahan jumlah penduduk, meningkatnya pendapatan, dan perubahan gaya hidup masyarakat cenderung konsumtif serta menginginkan segala sesuatu lebih praktis dan instan. Hal tersebut tentunya sangat menguntungkan bagi pemilik usaha kuliner untuk menaikkan omzet usahanya. Oleh karenanya para pelaku usaha harus mampu menemukan berbagai cara dan strategi yang tepat dalam mencapai keunggulan kompetitif tersebut dengan harapan mampu bertahan dan menang dalam persaingan dengan membangun kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Kondisi persaingan yang ketat, hal-hal yang harus diprioritaskan adalah kepuasan agar pelanggan dapat bertahan, mampu bersaing dengan kompetitor dan dapat menguasai pangsa pasar. Salah satu cara untuk memenangkan persaingan adalah dengan meningkatkan pelayanan semaksimal

mungkin sehingga konsumen akan merasa puas dan perusahaan akan tetap bertahan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam persaingan bisnis. Banyak pelaku usaha berusaha meningkatkan kualitas layanannya dalam usahanya untuk memenuhi harapan dan memuaskan para pelanggannya. Dengan kepuasan yang maksimal akan membuat pelanggan akan menjadi setia dan loyal terhadap produk yang dipasarkannya.

Kebutuhan manusia akan makan menjadi dasar mengapa bisnis kuliner menjadi pilihan saat ini, dengan melihat pangsa pasar serta yang menjadi *Trend* saat ini dan yang sedang diinginkan oleh konsumen, maka biasanya para pengusaha bisnis kuliner jeli melihat peluang dan berusaha semakin kreatif untuk menawarkan produk andalannya. Tidak heran, jika beberapa produk kuliner mendapat perhatian khusus dari para pencintanya. Meskipun menu sama, bahan bakupun sama, namun ketika dikemas lewat kreatifitas dan dan inovasi, disertai kualitas pelayanan yang baik maka pangsa pasar akan tetap terbuka lebar. Konsumen memiliki peluang yang luas untuk mendapatkan produk dengan sederet pilihan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Karena itu konsentrasi pemasaran tidak lagi sekedar bagaimana produk/jasa itu sampai kekonsumen tetapi lebih fokus kepada apakah produk itu telah memenuhi permintaan dan menghasilkan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan. Untuk itu diperlukan strategi inovasi penjualan dan terus berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik agar dapat menarik calon konsumen menjadi konsumen yang potensial (Ngatno, 2018).

Kualitas pelayanan akan berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen dan berdampak positif pada usaha restoran, disamping makanan yang disajikan sesuai dengan selera konsumen agar konsumen melakukan pembelian ulang, apabila menu makanan dan pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya (Vidananda & Setiawan, 2021). Makanan yang lezat dan minuman yang nikmat juga bukan merupakan jaminan atas kepuasan pelanggan tanpa didukung oleh kualitas layanan yang prima. Pencapaian kepuasan konsumen menjadi tujuan utama pelaku bisnis. Sangat penting bagi pihak pemilik restoran untuk menentukan strategi pelayanan yang tepat dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana apabila selalu mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Pelanggan yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, sehingga tidak banyak memberikan perhatian pada merek pesaing.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller (2018) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan maka pelanggan puas, kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang atau gembira.

Restoran memiliki pengertian sebagai suatu tempat atau bangunan yang diorganisir secara komersial untuk menyelenggarakan jasa pelayanan berupa makanan maupun minuman (Setyaningrum, 2015). Begitu juga dengan usaha nasi uduk. Nasi uduk adalah makanan yang terbuat dari bahan dasar nasi putih yang diaron dan dikukus dengan santan, serta dibumbui dengan pala, kayu manis, jahe, daun serai dan merica. Makanan ini ditemukan oleh penduduk pulau Jawa sekitar tahun 1910-1924 dan dipopulerkan oleh Hindia Belanda setelahnya. Nasi uduk biasa dihidangkan dengan emping goreng, tahu goreng, telur dadar / telur goreng yang teriris, dan abon kering, tempe, bawang goreng, ayam goreng, timun serta sambal kacang.

Nasi uduk Djeng Nara merupakan salah satu restoran makanan dan minuman yang ada di kecamatan Bangkinang kota berlokasi di jln Prof M Yamin SH, Bangkinang kota Kabupaten Kampar. Jumlah pelanggan yang datang ke Djeng nara restoran dapat dilihat pada tabel 1 :

Tabel 1 Data Pelanggan Nasi uduk Djeng Nara Bangkinang Kota Tahun 2019

No.	Bulan	Jumlah Pelanggan (orang)
1	Januari	1.646
2	Februari	1.569
3	Maret	1.721
4	April	1.439
5	Mei	1.865
6	Juni	1.732
7	Juli	1.450
8	Agustus	1.650
9	September	1.800
10	Oktober	1.745
11	November	1.825
12	Desember	1.975

Sumber : Nasi Uduk Djeng Nara Bangkinang, 2020

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat dilihat jumlah pelanggan yang datang ke nasi uduk Djeng Nara pada tahun 2019 sangat berfluktuasi. Pelanggan terbanyak terjadi pada bulan desember, hal ini disebabkan pada bulan desember merupakan hari libur bagi anak sekolah, kantor dan organisasi lainnya, selain itu bulan desember merupakan event dalam penutupan akhir tahun sehingga banyaknya masyarakat yang makan diluar. Sedangkan pelanggan sedikit terjadi pada bulan April, hal ini disebabkan karena adanya pilihan kuliner lain yang mulai tumbuh di Bangkinang kota menyebabkan konsumen ingin mencoba sesuatu yang baru.

Pemilik restoran Djeng Nara berusaha memberikan suasana nyaman, santai, cocok untuk anak-anak dan group serta makanan yang disajikan dijamin halal dengan harga terjangkau. Setiap hari restoran Djeng Nara beroperasi mulai pukul 11.00 WIB hingga pukul 23.00 WIB. Jam yang ramai oleh pengunjung adalah pada pukul 20.00 hingga pukul 21.00 sesuai dengan jam makan malam. Walaupun pengunjung ramai Djeng Nara restoran berupaya memberikan pelayanan yang baik serta berusaha agar pelanggan tidak menunggu lama untuk setiap pesanan.

Memberikan pelayanan yang baik adalah kunci suksesnya bisnis restoran, memberikan kesan yang baik, tidak membuat pelanggan terlalu lama menunggu pesanan, menangani keluhan dengan baik serta mampu memanfaatkan teknologi. Dalam penelitian Fauzi Pari (2017) Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di Chicken Corner 7 tangerang membuktikan konsumen Chicken Corner 7 merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah atribut tidak membiarkan pelanggan menunggu lama. Sedangkan penelitian Destriani (2013) analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan toko oleh-oleh membuktikan atribut penampilan karyawan kurang memuaskan konsumen. Penelitian lain dilakukan Rohaeni & Marwa (2018) oleh menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Penelitian selanjutnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Prasetio, 2012). Penelitian lain yang dilakukan oleh Ibrahim & Thawil (2019) menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Pada hasil penelitian lain juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap pembelian ulang, secara parsial dan simultan (Purbasari & Purnamasari, 2018).

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang diatas, penulis melakukan penelitian dengan rumusan masalah bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Nasi Uduk Djeng Nara Di Bangkinang Kota.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini telah dilaksanakan di Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota. Penelitian ini dilaksanakan selama 2 bulan yaitu pada bulan Mei sampai dengan bulan Juni tahun 2020. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif dengan sumber data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data yaitu kuesioner, observasi dan *file research*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang makan pada Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota pada tahun 2019. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Probability Sampling* (populasi tidak diketahui), yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016). Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus *unknown populations* (Anshori & Iswati, 2019). Dari hasil perhitungan tersebut maka diketahui besar sampel yang diperlukan adalah 97 responden.

Analisis pada penelitian ini adalah analisis dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui kesesuaian harapan dengan kenyataan yang guna meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu memuaskan pelanggan (Herwanto, 2018). Dengan menggunakan Skala Likert nilai variabel yang diukur dengan instrument tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka yang akan disajikan dalam bentuk tabel. Untuk mengukur perolehan skor rata-rata dari tingkat harapan dan tingkat kenyataan pada tiap atribut kualitas pelayanan dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

X_i = Skor penilaian kenyataan

Y_i = Skor penilaian harapan

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kenyataan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat harapan

n = Jumlah responden

Setelah diperoleh skor rata-rata tingkat harapan dan tingkat kenyataan, langkah selanjutnya diukur tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kenyataan yang akan disajikan dalam bentuk tabel (Prihastono, 2012). Untuk mengukur tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan tingkat kenyataan, digunakan rumus berikut :

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

T_k = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Tingkat penilaian kinerja (kenyataan)

Y_i = Tingkat penilaian harapan

Dari tingkat kesesuaian ini, dapat diketahui apakah hasil yang diterima pelanggan sudah sesuai atau belum dengan tingkat kepentingan pelanggan. Selanjutnya, tingkat kepuasan dapat diketahui dari total rata-rata tingkat kesesuaian. Apabila tingkat kesesuaian di bawah rata-rata total, maka dapat dikatakan pelanggan kurang puas dengan hasil yang didapatkan. Sebaliknya, jika di atas rata-rata total dikatakan sudah memuaskan (Gultom et al., 2020).

Setelah atribut dibuat urutan prioritas peningkatan kualitas, selanjutnya data dari harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan digambarkan dengan diagram kartesius. Penggambaran dengan diagram kartesius berguna untuk membuat strategi peningkatan kualitas pelayanan. Diagram kartesius

merupakan suatu bangun yang dibagi menjadi empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang saling berpotongan tegak lurus dititik (X,Y) dimana X merupakan hasil dari rata-rata skor tingkat kenyataan (kinerja) dan Y merupakan hasil dari rata-rata skor tingkat harapan. Sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor rata-rata tingkat kinerja dan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor rata-rata tingkat harapan. Perhitungan X dan Y diperoleh dari rumus berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

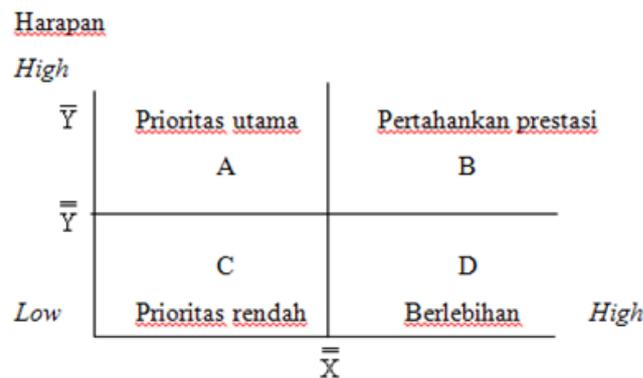
Keterangan :

X = Skor rata-rata dari rata-rata bobot tingkat kenyataan keseluruhan atribut.

Y = Skor rata-rata dari rata-rata bobot tingkat harapan keseluruhan atribut.

K = Banyaknya atribut kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan.

Berikut ini merupakan gambar diagram kartesius tingkat harapan dan kenyataan dengan keempat kuadrannya :



Sumber : Rianto (2017)

Gambar 1 Diagram Kartesius Tingkat Harapan dan Tingkat Kenyataan

Keterangan :

X = Tingkat Kenyataan

Y = Tingkat Harapan

A = Prioritas Utama

B = Pertahankan Prestasi

C = Prioritas Rendah

D = Berlebihan

Menurut Supranto (2012), perusahaan dapat mengetahui peringkat pelayanan menurut kepuasan pelanggan dan kinerja perusahaan serta mengidentifikasi strategi atau tindakan apa yang perlu dilakukan manajemen perusahaan melalui penjabaran keseluruhan dimensi kualitas pelayanan ke dalam diagram kartesius dengan cara berikut ini :

1. Kuadran A (*high importance, low performance*)

Wilayah yang menunjukkan atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi atau diatas nilai rata-rata sedangkan tingkat kerjanya dinilai rendah. Dimensi kualitas pelayanan yang termasuk ke dalam kuadran ini kinerjanya harus ditingkatkan oleh pihak perusahaan dengan cara senantiasa melakukan perbaikan secara continue (terus – menerus).

2. Kuadran B (*high importance, high performance*) Wilayah yang menunjukkan atribut kualitas pelayanan yang memperlihatkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi. Dimensi

yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertahankan dan harus terus dikelola dengan baik karena keberadaannya memiliki keunggulan dimata pelanggan.

3. Kuadran C (*low importance, high performance*)

Wilayah yang memuat atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kinerja tinggi. Dimensi kualitas pelayanan yang termasuk kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pihak perusahaan hanya melaksanakan biasa saja sehingga pihak perusahaan belum terlalu perlu mengalokasikan biaya untuk memperbaiki kinerjanya (prioritas rendah). Namun dimensi kualitas pelayanan dalam kuadran ini tetap perlu diwaspadai, dicermati, dikontrol, karena tingkat kepentingan pelanggan dapat berubah seiring meningkatnya kebutuhan.

4. Kuadran D (*low importance, low performance*)

Wilayah ini memuat atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah, dan tingkat pelaksanaannya rendah. Dimensi kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya oleh pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis tingkat kepuasan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah di rekap, dimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini :

Tabel 2 Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Nasi Uduk Djeng Nara Bangkinang Kota

Dimensi	Item	Harapan	Kenyataan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kenyataan	Ikj	Rata-rata Dimensi	Peringkat
Kehandalan (<i>reliability</i>)	Item 1	354	342	3,54	3,42	-0,12	-0,08	6
	Item 2	347	338	3,47	3,38	-0,09		
	Item 3	364	361	3,64	3,61	-0,03		
Daya Tanggap (<i>Responsive</i>)	Item 4	337	317	3,37	3,17	-0,2	-0,12	12
	Item 5	384	382	3,84	3,82	-0,02		
	Item 6	378	363	3,78	3,63	-0,15		
Jaminan (<i>assurance</i>)	Item 7	344	332	3,44	3,32	-0,12	-0,09	7
	Item 8	325	314	3,25	3,14	-0,11		
	Item 9	357	354	3,57	3,54	-0,03		
Empati (<i>emphaty</i>)	Item 10	368	360	3,68	3,60	-0,08	-0,06	3
	Item 11	325	319	3,25	3,19	-0,06		
	Item 12	364	359	3,64	3,59	-0,05		
Bukti Fisik (<i>tangible</i>)	Item 13	356	351	3,56	3,51	-0,05	-0,04	1
	Item 14	386	382	3,86	3,82	-0,04		
	Item 15	392	389	3,92	3,89	-0,03		
Harapan Konsumen	Item 16	326	318	3,26	3,18	-0,08	-0,06	2
	Item 17	375	371	3,75	3,71	-0,04		
Sikap atau keinginan menggunakan produk	Item 18	347	335	3,47	3,35	-0,12	-0,11	10
	Item 19	379	369	3,79	3,69	-0,1		

Dimensi	Item	Harapan	Kenyataan	Rata-rata Harapan	Rata-rata Kenyataan	Ikj	Rata-rata Dimensi	Peringkat
Merekomendasikan kepada pihak lain	Item 20	350	344	3,50	3,44	-0,06	-0,08	5
	Item 21	342	332	3,42	3,32	-0,1		
Kualitas layanan	Item 22	326	320	3,26	3,20	-0,06	-0,11	9
	Item 23	369	353	3,69	3,53	-0,16		
Loyal	Item 24	346	325	3,46	3,25	-0,21	-0,12	11
	Item 25	333	330	3,33	3,30	-0,03		
Reputasi yang baik	Item 26	376	368	3,76	3,68	-0,08	-0,09	8
	Item 27	327	317	3,27	3,17	-0,1		
Lokasi	Item 28	385	379	3,85	3,79	-0,06	-0,08	4
	Item 29	378	368	3,78	3,68	-0,1		

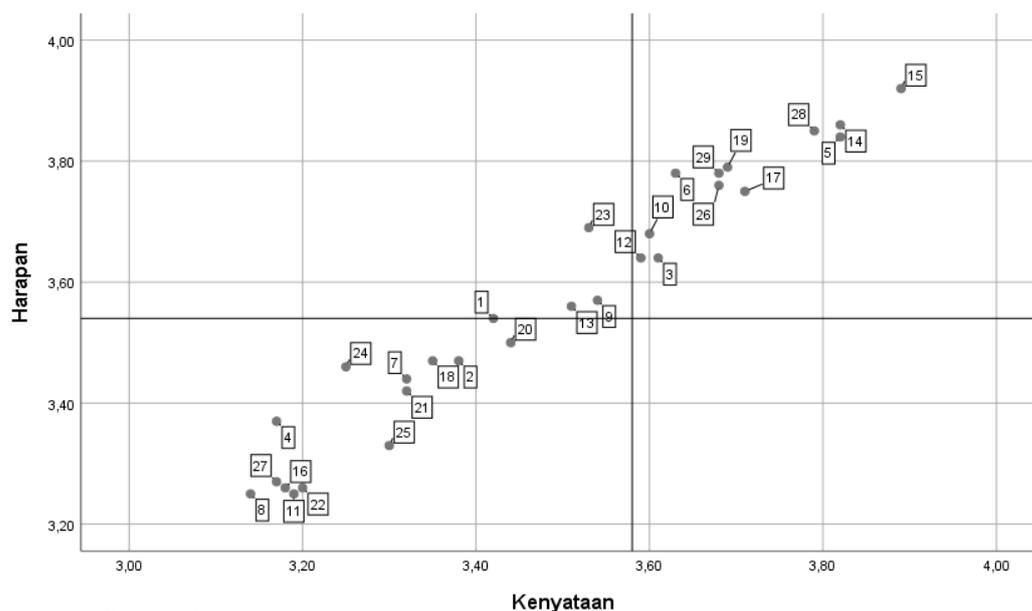
Sumber : Olahan Data, 2020

Berdasarkan tabel 2 di atas terlihat bahwa dari 12 (dua belas) dimensi tingkat kepuasan pelanggan pada Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota. Adapun dimensi yang memiliki nilai rata-rata tertinggi adalah dimensi Bukti Fisik (*tangible*). Sedangkan dimensi yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah dimensi daya tanggap (*Responsive*).

Adapun hasil analisis tingkat kepuasan pelanggan tersebut di atas dapat dilihat pada Diagram kartesius pada gambar 2 berikut :

Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran B (Pertahankan Prestasi)



Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran D (Berlebihan)

Sumber : Olahan data, 2020

Gambar 2 Diagram Kartesius Pengukuran Kepuasan Pelanggan Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota

Berdasarkan gambar 2 di atas terlihat bahwa kepuasan pelanggan pada Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota menunjukkan bahwa sebagian besar atribut menurut hasil olahan data yang

dihimpun dari para responden lebih banyak masuk kekuadran C (prioritas rendah) yaitu sebanyak 13 (tiga belas) atribut, pada kuadran A (prioritas utama) 4 (empat) atribut, kuadran B (pertahankan prestasi) sebanyak 12 (dua belas) atribut dan kuadran D (berlebihan) 0 (nol) atribut.

Pembahasan

Berdasarkan gambar 2 Diagram Kartesius Pengukuran Kepuasan Pelanggan Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota di atas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran A (*high importance, low performance*) merupakan wilayah yang menunjukkan atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi atau diatas nilai rata-rata sedangkan tingkat kerjanya dinilai rendah. Dimensi kualitas pelayanan yang termasuk ke dalam kuadran ini kinerjanya harus ditingkatkan oleh pihak perusahaan dengan cara senantiasa melakukan perbaikan secara continue (terus – menerus). Adapun variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- 1) Nasi Uduk Djeng Nara memiliki kemampuan dalam mengolah menu makanan dan minuman yang disajikan.
- 9) Cita rasa menu yang disajikan Nasi Uduk Djeng Nara sellau sama setiap kali anda berkunjung.
- 12) Nasi Uduk Djeng Nara memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan anda
- 13) Nasi Uduk Djeng Nara memiliki tempat yang nyaman

Berdasarkan hasil olahan data, keempat item pernyataan yang termasuk kedalam kuadran ini kinerjanya harus di tingkatkan oleh pelaku usaha dalam upaya mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan keempat variabel tersebut di atas. Hasil ini memberikan gambaran bahwa makan dan minuman yang diolah sudah memiliki standarisasi rasa yang sesuai dengan selera, keinginan dan ekspektasi konsumen.

Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran B (*high importance, high performance*) merupakan wilayah yang menunjukkan atribut kualitas pelayanan yang memperlihatkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi. Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini dapat dipertahankan dan harus terus dikelola dengan baik karena keberadaannya memiliki keunggulan dimata pelanggan.. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- 3) Keakuratan perhitungan oleh kasir Nasi Uduk Djeng Nara pada saat anda membayar.
- 5) Pelayan Nasi Uduk Djeng Nara tidak membiarkan anda berdiri lama ketika tempat penuh.
- 6) Ketika anda membutuhkan sesuatu pelayan Nasi Uduk Djeng Nara memiliki waktu luang untuk membantu anda.
- 10) Pelayan Nasi Uduk Djeng Nara memberikan perhatian secara individual kepada anda .
- 12) Nasi Uduk Djeng Nara memiliki jam buka yang sesuai dengan keinginan anda.
- 14) Lokasi Nasi Uduk Djeng Nara mudah untuk ditemukan
- 15) Fasilitas pelengkap yang disediakan Nasi Uduk Djeng Nara (kursi, meja, wastafel, dll) bersih dan dalam keadaan baik
- 17) Kenyataan yang saya terima sesuai dengan ekspektasi saya.
- 19) Saya berkeinginan untuk berlangganan di Nasi Uduk Djeng Nara.
- 26) Nasi Uduk Djeng Nara sudah terkenal di kabupaten kampar khususnya di bangkinang.
- 28) Lokasi Nasi Uduk Djeng Nara sangat mudah dijangkau dan ditemukan.
- 29) Lokasi Nasi Uduk Djeng Nara sangat strategis dan dekat dengan pusat kota bangkinang.

Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut, terdapat 12 (dua belas) item pernyataan yang termasuk kedalam kuadran tersebut. Dapat disimpulkan dari berada item pernyataan yang masuk pada

kuadran B berarti menjadi skala pertahankan prestasi dalam mempertahankan serta meningkatkan rasa puas yang dirasakan pelanggan melalui item-item pernyataan di atas.

Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran C (*low importance, high performance*) merupakan wilayah yang memuat atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kinerja tinggi. Dimensi kualitas pelayanan yang termasuk kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pihak perusahaan hanya melaksanakan biasa saja sehingga pihak perusahaan belum terlalu perlu mengalokasikan biaya untuk memperbaiki kinerjanya (prioritas rendah). Namun dimensi kualitas pelayanan dalam kuadran ini tetap perlu diwaspadai, dicermati, dikontrol, karena tingkat kepentingan pelanggan dapat berubah seiring meningkatnya kebutuhan. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- 2) Pelayan Nasi Uduk Djeng Nara cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan anda.
- 4) Saya tidak terlalu lama menerima menu yang saya pesan.
- 7) Pelayan Nasi Uduk Djeng Nara memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan.
- 8) Nasi Uduk Djeng Nara selalu menjaga kebersihan dan kesegaran makanan dan minuman.
- 11) Pelayan Nasi Uduk Djeng Nara memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan anda.
- 16) Saya merasa puas karena harapan saya terpenuhi setelah mencoba menu di Nasi Uduk Djeng Nara.
- 18) Saya memilih makan di Nasi Uduk Djeng Nara dibandingkan di tempat lain.
- 20) Saya selalu merekomendasikan kepada orang lain untuk mencoba makan di Nasi Uduk Djeng Nara.
- 21) Selalu mengajak orang lain untuk mencoba menu Nasi Uduk Djeng Nara
- 22) Pelayanan yang diberikan Nasi Uduk Djeng Nara sudah baik.
- 24) Saya selalu diberi diskon apabila mengajak orang lain makan di Nasi Uduk Djeng Nara.
- 25) Saya sudah kenal dengan owner maupun pelayan di Nasi Uduk Djeng Nara.
- 27) Menu Nasi Uduk Djeng Nara terkenal khas dan unik.

Berdasarkan hasil olahan data, terdapat 13 (tiga belas) item pernyataan yang masuk kedalam kuadran C. Artinya, item pernyataan yang termasuk kedalam kuadran tersebut di atas berarti menjadi skala prioritas yang perlu dibenahi oleh Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota agar bisa membuat pelanggan merasa puas dan sesuai dengan item pernyataan yang ada pada kuadran ini.

Kuadran D (Berlebihan)

Wilayah ini memuat atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan yang rendah, dan tingkat pelaksanaannya rendah. Dimensi kualitas pelayanan yang termasuk dalam kuadran ini dirasakan terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya oleh pelanggan:

Berdasarkan ke-4 (keempat) kuadran di atas dapat disimpulkan bahwa kuadran C (prioritas rendah) merupakan kuadran dengan item pernyataan terbanyak yaitu sebanyak 13 (tiga belas) item pernyataan. Kuadran C (prioritas rendah) merupakan wilayah yang memuat atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kinerja tinggi. Item pernyataan yang termasuk kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh pelanggan dan hanya dilaksanakan seperti biasa saja sehingga Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota belum terlalu perlu mengalokasikan biaya dan tenangnya untuk memperbaiki kinerjanya karena masih memiliki prioritas yang cukup rendah. Namun dimensi dan item pernyataan yang termasuk kedalam kuadran ini tetap perlu diwaspadai, dicermati, dikontrol, karena tingkat kepentingan konsumen dapat berubah seiring meningkatnya kebutuhan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan analisis hasil pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil olahan data dalam penelitian diketahui bahwa secara keseluruhan pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota yang dibuktikan dengan hasil olahan data yang menunjukkan item pernyataan lebih banyak masuk ke kuadran C (prioritas rendah) yaitu sebanyak 13 (tiga belas) item.

Disarankan kepada Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota agar selalu memperhatikan apa yang dibutuhkan pelanggan seperti tanggap dalam melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan agar meningkatkan kepuasan pelanggan yang makan di Nasi Uduk Djeng Nara di Bangkinang Kota. Diharapkan kepada peneliti berikutnya yang ingin melakukan penelitian terhadap objek yang sama agar ditambahkan dengan variabel lain agar menemukan sesuatu yang lebih baru dengan mengaitkan antara teori dengan keadaan yang sebenarnya di lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Destriani, S., Rukmi, H. S., & Susanty, S. (2013). Usulan perbaikan kualitas pelayanan Minimarket Intimart dengan menggunakan Metode Importance Performance Matrix. *Reka Integra*, 1(4), 554–564.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Firdaus, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
- Herwanto, D. (2018). *Analisis kualitas pelayanan dengan metode Importance Performance Analysis dan House of Quality di SMK Plus Laboratorium Indonesia Karawang*. Universitas Mercu Buana.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 175–182.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlangga.
- Ngatno, N. (2018). *Manajemen pemasaran*. EF Press Digimedia.
- Prasetyo, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1), 100–111.
- Prihastono, E. (2012). Pengukuran kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan customer service berbasis web. *Jurnal Ilmiah Dinamika Teknik*, 1(2), 88–90.
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pembelian uang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 43–54.
- Rianto. (2017). Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan pengunjung wisata di Desa Wisata Cibuntu Kabupaten Kuningan (Diagram Kartesius). *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 1(1), 55–67.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Setyaningrum, E. N. (2015). *Analisis persepsi faktor-faktor visual merchandise yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Rumah Makan (Studi kasus di Bara-Bara Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Vidananda, P., & Setiawan, Y. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kinerja perusahaan di Larissa Aesthetic Center Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(4), 333–352.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i04.p02%0A>ISSN