

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual, Customer satisfaction Index dan Importance Performance Analysis pada Percetakan Dwi Jaya Mulia Gresik

Farid Andi Kusuma¹, Said Salim Dahda², Elly Ismiah³

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Gresik, Jl. Sumatera No.101, Gn Malang, Randuagung, Kebomas, Gresik, Jawa Timur
Faridadikusuma@gmail.com

Abstract

In order for business owners to increase and maintain customer happiness, this study explores whether there are significant differences in perceptions and expectations of service quality. The author uses quantitative analysis. Data was collected through surveys and analyzed using IPA (Importance Performance Analysis), CSI, and Service of Quality (Customer Satisfaction Index) procedures. The survey findings show that, although customers are satisfied with the services provided, they are subpar. This is evidenced by the findings of a study on a customer satisfaction level of 82% as measured by CSI (Customer Satisfaction Index) techniques or procedures. Five qualities indicated in quadrant I (top priority) and four qualities indicated in quadrant II (maintain achievement), indicating outstanding service quality.

Keywords: Customer Satisfaction Index (CSI), Service Quality, Key Performance Analysis (IPA), Quality

Abstrak

Agar pemilik bisnis dapat meningkatkan dan mempertahankan kebahagiaan pelanggan, penelitian ini mengeksplorasi apakah terdapat perbedaan persepsi dan harapan yang signifikan terhadap kualitas layanan. Penulis menggunakan analisis kuantitatif. Data dikumpulkan melalui survei dan dianalisis menggunakan IPA (Importance Performance Analysis), CSI, dan prosedur Service of Quality (Customer Satisfaction Index). Temuan survei menunjukkan bahwa, meskipun pelanggan puas dengan layanan yang diberikan, mereka di bawah standar. Hal ini dibuktikan dengan temuan studi tentang tingkat kepuasan pelanggan sebesar 82% yang diukur dengan teknik atau prosedur CSI (Customer Satisfaction Index). Lima kualitas yang ditunjukkan pada kuadran I (prioritas utama) dan empat kualitas yang ditunjukkan pada kuadran II (pertahankan prestasi), yang menunjukkan kualitas layanan yang luar biasa

Kata kunci: Customer Satisfaction Index (CSI), Service Quality, Key Performance Analysis (IPA), Quality

Copyright (c) 2022 Copyright (c) 2022 Farid Andi Kusuma, Said Salim Dahda, Elly Ismiah

Corresponding author: Said Salim Dahda

Email Address: said_salim@umg.ac.id (Jl. Sumatera No.101, Gn Malang, Randuagung, Kec. Kebomas)

Received 20 December 2022, Accepted 30 Desember 2022, Published 31 December 2022

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini banyak terjadi perubahan dan kemajuan dalam dunia bisnis, serta persaingan antar perusahaan juga semakin pesat (Hadining, 2020; Putra, 2019). Di era persaingan bisnis global ini, fokus pada pelanggan merupakan keputusan strategis bagi dunia industri untuk bertahan dalam ekonomi industri cenderung bertransformasi dengan setiap perubahan (Hadining, 2020). Pentingnya konsep yang lebih menekankan pemahaman dan customer-centric. Konsep ini menempatkan konsumen pada posisi sangat krusial bagi bisnis, lantaran konsumen mampu sebagai kunci keberhasilan perusahaan (Winarno & Absor, 2017).

Kualitas layanan ditentukan dengan membandingkan kinerja suatu layanan yang disukai konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan pengguna (Devani & Rizko, 2016). Jika tingkat pelayanan yang diterima konsumen sesuai atau melebihi harapan mereka terhadap tingkat pelayanan, pelayanan dikatakan berkualitas baik atau memadai. Jumlah bisnis yang berkembang saat ini

membuat persaingan semakin sengit dan menuntut peningkatan kualitas layanan secara terus menerus. Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kebahagiaan pelanggan (Fabiany & Melina, 2022; Jazuli, Samanhudi, & Handoyo, 2020). Perusahaan memperoleh banyak manfaat dengan mencapai kepuasan konsumen yang tinggi, yaitu meningkatnya loyalitas pelanggan, tetapi juga mencegah churn pelanggan, kurangnya sensitivitas harga pelanggan, mengurangi cost kesalahan pemasaran dan mengurangi cost operasi yang disebabkan oleh peningkatan loyalitas pelanggan. pelanggan, meningkatnya efektivitas periklanan dan meningkatnya reputasi perusahaan (Devani & Rizko, 2016; Hadining, 2020).

Tindakan pencetakan adalah proses pembuatan teks atau gambar dalam jumlah besar menggunakan tinta dan kertas (Perbaikan, 2020). Percetakan merupakan bagian dari penerbitan dan pencetakan acara. Mencetak bermakna mencetak gambar dan kalimat pada kertas agar konsumen tahu artinya. Pelaku bisnis berusaha untuk memenuhi permintaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dengan harapan akan meningkatkan loyalitas konsumen pada bisnis tersebut (Perbaikan, 2020). Pelanggan yang ingin menggunakan jasa percetakan Dwi Jaya Mulia Gresik menunjukkan loyalitas pelanggan. Jika kepuasan pelanggan berdampak pada pengembangan loyalitas klien, layanan tersebut dianggap berkualitas tinggi (Fikri, Wiyani, & Suwandaru, 2016). Namun dalam hal ini, loyalitas tidak dapat digunakan untuk menilai apakah pelayanan percetakan Dwi Jaya Mulia Gresik memuaskan atau sesuai standar. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis terus mendapatkan banyak keluhan pelanggan atas layanan yang diberikannya (Fikri et al., 2016).

Berikut informasi pengaduan konsumen dari tanggal 10 Desember 2020 hingga 10 Januari 2021 dari kotak saran. Hal tersebut tidak segera mendapatkan Tindakan lanjut, sehingga menyebabkan proses pelayanan belum mendapatkan feedback dari pelanggan.

Table 1. Keluhan Pelanggan Percetakan Dwi Jaya Mulia Gresik

No.	Keluhan Konsumen	Jumlah Keluhan
1.	Proses pengerjaan terlalu lama	13
2.	Jam buka seharusnya mulai pukul 7 pagi	11
3.	Tidak terdapat papan harga	10
4.	Adanya tempat tunggu yang nyaman	9
5.	Kurangnya jumlah karyawan	11
6.	Kualitas pelayanan dan hasil kurang baik	9
7.	Tidak terdapat pelayanan telekomunikasi (via telephone)	14
8.	Kurang sigap dalam ruang yang kotor	8
	Total Keluhan	85
	Total Customer	470
	Presentase	18.1%

Hingga saat ini percetakan Dwi Jaya Mulia Gresik belum pernah mengukur kepuasan terhadap perusahaannya sehingga peningkatan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan belum

dilakukan dengan baik. Jika keluhan tersebut tidak ditangani dengan baik, maka dapat mengakibatkan kualitas pelayanan yang sangat buruk di mata konsumen (Winarno & Absor, 2017).

Teknik Quality of Service adalah cara untuk mengukur kepuasan klien (Hadining, 2020). Kualitas layanan mengukur seberapa baik harapan klien dipenuhi oleh tingkat layanan yang ditawarkan. Menurut konsep ini, kualitas layanan dapat diwujudkan melalui keinginan atau keinginan pelanggan, dan ketergantungan pengiriman dapat dicapai melalui harapan pelanggan yang memuaskan (Jazuli et al., 2020; Tanny & Sastika, 2018).

Metode dimana kepuasan pelanggan dapat diukur adalah Customer Satisfaction Index (CSI) (Delima & Puspitasari, 2017). CSI ini digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan saat menggunakan layanan secara keseluruhan mengingat pentingnya produk/jasa tersebut (Devani & Rizko, 2016; Siyamto, 2017). Studi dilanjutkan dengan pengukuran menggunakan metode IPA. Tujuan dari pengkajian ini, yaitu mengetahui variasi yang relevan antara persepsi dan harapan konsumen terhadap kualitas layanan percetakan dwi jaya mulia gresik, serta untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan percetakan dwi jaya mulia gresik, sehingga pemilik percetakan dwi jaya mulia gresik dapat memperbaiki atau meningkatkan kepuasan serta bersaing dengan perusahaan percetakan korporat lainnya.

METODE

Metode survei kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini sama dengan metode yang digunakan dalam penelitian Vera dan Rizky (Devani & Rizko, 2016; Ramadhanti & Marlina, 2021) pengkajian ini dilakukan di percetakan dwi jaya mulia gresik Jl. Dr. Wahids Sudiro Husodo No. 214 di Desa Randuagung, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Waktu survei dilakukan dari Desember 2020 hingga Januari 2021. Kuesioner yang telah disiapkan dibagikan kepada konsumen yang berkunjung. Usia responden antara 17 dan 35 tahun, karena diasumsikan telah memahami isi kuesioner.

Sampel diambil dengan menggunakan teknik acak sederhana. Sampel penelitian terdiri dari 65 responden. Sampel ditentukan menggunakan rumus tingkat kepercayaan (confidence level) dan sampling error [11] dapat dilihat pada persamaan 1:

$$\begin{aligned}n &= \frac{(z_{\alpha})^2 \cdot p \cdot q}{e^2} \quad (1) \\n &= \frac{(1,96)^2 (0,55) \cdot (0,05)}{(0,05)^2} \\&= \frac{0,105644}{0,0025} = 42,2576 = 42\end{aligned}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimum

Z = Distribusi normal

α = Tingkat signifikansi (0,95)

e = Tingkat kesalahan (0,05)

p = Proporsi kuesioner benar

q = Proporsi kuesioner salah

(Sumber : Kuswanto, 2017)

Dengan demikian, sedikitnya 42 responden digunakan dalam penelitian ini. Aturan penyebaran survei penelitian ini kepada 65 responden yang berasal dari tanggal 3 Agustus sampai dengan 15 September 2020, agar jumlah sampel yang digunakan peneliti lolos uji kecukupan data. untuk mendapatkan informasi tentang kinerja percetakan dwi jaya mulia gresik, kualitas layanan pelanggan dan harapan kepuasan pelanggan. Penelitian ini memakai skala likert menggunakan lima kategori evaluasi untuk setiap perspektif pertanyaan, yaitu kinerja dan asa pelanggan Metode survei kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini sama dengan metode yang digunakan dalam penelitian Vera dan Rizky (Devani & Rizko, 2016; Ramadhanti & Marlana, 2021) pengkajian ini dilakukan di percetakan dwi jaya mulia gresik Jl. Dr. Wahids Sudiro Husodo No. 214 di Desa Randuagung, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Waktu survei dilakukan dari Desember 2020 hingga Januari 2021. Kuesioner yang telah disiapkan dibagikan kepada konsumen yang berkunjung. Usia responden antara 17 dan 35 tahun, karena diasumsikan telah memahami isi kuesioner.

Sampel diambil dengan menggunakan teknik acak sederhana. Sampel penelitian terdiri dari 65 responden. Sampel ditentukan menggunakan rumus tingkat kepercayaan (confidence level) dan sampling error (Ramadhanti & Marlana, 2021) dapat dilihat pada persamaan 1:

$$n = \frac{(z_{\alpha})^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

(1)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,55) \cdot (0,05)}{(0,05)^2}$$

$$= \frac{0,105644}{0,0025} = 42,2576 = 42$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimum

Z = Distribusi normal

α = Tingkat signifikansi (0,95)

e = Tingkat kesalahan (0,05)

p = Proporsi kuesioner benar

q = Proporsi kuesioner salah

(Sumber : Kuswanto, 2017)

Dengan demikian, sedikitnya 42 responden digunakan dalam penelitian ini. Aturan penyebaran survei penelitian ini kepada 65 responden yang berasal dari tanggal 3 Agustus sampai dengan 15 September 2020, agar jumlah sampel yang digunakan peneliti lolos uji kecukupan data. Untuk mendapatkan informasi tentang kinerja percetakan Dwi Jaya Mulia Gresik, kualitas layanan pelanggan dan harapan kepuasan pelanggan. Penelitian ini memakai skala Likert menggunakan lima kategori evaluasi untuk setiap perspektif pertanyaan, yaitu kinerja dan asa pelanggan.

Table 2. *Skala Likert*

Tingkat Kepuasan	Skala
Sangat Tidak Puas	1
Tidak Baik	2
Cukup Baik	3
Baik	4
Sangat Baik	5

(Sumber: Budi Harto, 2015)

Keakuratan dan ketergantungan kuesioner diperiksa setelah selesai. Tujuan dari uji validasi adalah untuk menentukan apakah meteran yang digunakan menghasilkan nilai yang sesuai dengan fungsi meteran yang dimaksudkan. Rumus bivariat Pearson untuk uji validitas (Pearson Product Moment Correlation). Tes ini memiliki desain 2 sisi dengan ambang signifikansi 0,05. Syarat pengujian adalah instrumen atau item pertanyaan memiliki korelasi yang kuat dengan skor keseluruhan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (validasi) (Ramadhanti & Marlana, 2021).

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar hasil pengukuran kuesioner yang relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali dan lebih dengan responden berbeda. Keandalan survei tergantung pada evaluasi bebas kesalahan dari hasil pengukuran. Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah metode Cronbach's Alpha. Metode alfa Cronbach sangat cocok untuk digunakan dalam skor skala atau skor penuh. Batasan berikut digunakan dalam uji reliabilitas: keandalan di bawah 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 baik (Marantika, 2018; Ramadhanti & Marlana, 2021).

Yang dimaksud dengan "sampel berpasangan" adalah sampel dengan target yang sama tetapi perlakuan terpisah untuk sampel sebelum dan sesudah perlakuan. Uji-t sampel berpasangan adalah teknik analisis data yang digunakan untuk membandingkan perbedaan antara dua sampel berpasangan. Jika data didistribusikan secara teratur, strategi ini digunakan. Uji-t sampel berpasangan untuk analisis keputusan sebagai dasar, yaitu:

- a. Jika nilai $Sig < 0.05$ maka terdapat variasi signifikan antara kedua nya.
- b. Jika nilai $Sig > 0.05$ maka tidak ada variasi signifikan antara kedua nya.

Contoh satu cara untuk mengukur kualitas layanan menentukan variasi persepsi pelanggan terhadap layanan yang mereka terima atau harapan mereka disebut dengan metode quality of service. Digunakannya metode ini untuk mengukur atribut setiap dimensi layanan sehingga diperoleh gap score yang merepresentasikan variasi terhadap persepsi pelanggan dan layanan yang diterima dengan

harapannya. Jika kualitas pelayanan percetakan dwi jaya mulia gresik berdasarkan data pada Tabel Kriteria berdasarkan survey responden menunjukkan gap negatif di semua kriteria, menunjukkan ketidakpuasan terhadap kualitas layanan yang dicapai. Persamaan 2 menampilkan formula yang digunakan dalam pendekatan Servqual.

$$\text{service quality} = \text{ScoreP} - \text{Score} \quad (2)$$

Keterangan :

P-score = persepsi pelanggan terhadap pelayanan sebenarnya

E-score = harapan pelanggan terhadap pelayanan diterima

Metode IPA menyajikan sebaran analisis kinerja kepentingan, dengan kriteria yang dibagi menjadi 4 kuadran [8], [14], [15]. Seperti dapat dilihat dari diagram IPA, setiap kriteria evaluasi didistribusikan ke empat kuadran analisis kepentingan-kinerja. Sumbu x adalah rata-rata tingkat kepentingan dan sumbu y adalah rata-rata tingkat kinerja semua kriteria.

Kuadran I

Menunjukkan fitur-fitur menurut konsumen sangat penting, namun kinerja yang diberikan tidak cukup untuk menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Fungsi-fungsi pada kuadran ini merupakan elemen-elemen yang menjadi fokus penyedia layanan untuk meningkatkan kualitas layanannya.

Kuadran II

Kuadran ini menunjukkan karakteristik penting bagi pelanggan dan kinerja penyedia layanan yang baik membuat pelanggan sangat puas. Atribut ini merupakan item yang dikelola oleh penyedia layanan.

Kuadran III

Menunjukkan atribut kurang penting bagi pelanggan, penyedia layanan berkinerja buruk, dan tidak puas dengan pelanggan. Atribut pada kuadran ini kurang diprioritaskan oleh penyedia layanan, namun sebaiknya penyedia layanan terus meningkatkan atribut ini untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kuadran IV

Menampilkan Karakteristik Yang Dianggap Kurang Signifikan Namun Ditangani Secara Efisien Oleh Pelayanan Sehingga Dipandang Berlebihan Namun Konsumen Senang.

Indeks Kepuasan Pelanggan CSI (Customer Satisfaction Index), yang dianalisis dalam survei untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan, dengan mempertimbangkan pentingnya atribut produk atau layanan yang dinyatakan dalam bentuk persentase dan rumus pada persamaan 3.

$$\text{CSI} = T \times Y_x \times 100\% \quad (3)$$

Nilai rata-rata dari kolom ekspektasi (i) dijumlahkan untuk mendapatkan nilai y. Skor-t dibuat dengan menjumlahkan semua nilai dalam skor (s), yang merupakan hasil perkalian kinerja (p) dengan ekspektasi (i) (p). Nilai tertinggi skala pengukuran adalah 5 (dalam 5 y). Dapat diasumsikan bahwa pelanggan tidak senang dengan layanan yang diterima jika skor csi kurang dari 50%, dan konsumen

puas jika skor csi lebih tinggi dari 50%. Tabel 3 memberikan arti dari nilai-nilai csi table 3. Indeks kepuasan pelanggan.

Tabel 3. Indeks Kepuasan

Angka Indeks	Kriteria CSI
$0.00 \leq X \leq 0.34$	Tidak
$0.35 \leq X \leq 0.50$	Kurang
$0.51 \leq X \leq 0.65$	Cukup
$0.66 \leq X \leq 0.80$	Puas
$0.81 < X$	Sangat

(Sumber: Aritonang, 2005)

HASIL DAN DISKUSI

Dalam penelitian yang dilakukan peneliti, kualitas pelayanan percetakan dwi jaya mulia gresik dievaluasi dengan membandingkan pendapat dan harapan pelanggan dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan Reliability (R), Responsiveness (RS), Security (A), Empathy (E) dan Tangible (T).

Table 4. Uji paired sample T-test

Dimensi	Nilai Sig.	Keterangan
Persepsi-Harapan <i>Reliability</i>	-5,754	Tidak terdapat variasi yang signifikan
Persepsi-Harapan <i>Responsiveness</i>	27,390	Tidak terdapat variasi yang signifikan
Persepsi-Harapan <i>Assurance</i>	7,512	Tidak terdapat variasi yang signifikan
Persepsi-Harapan <i>Empathy</i>	4,384	Tidak terdapat variasi yang signifikan
Persepsi-Harapan <i>Tangible</i>	4,654	Tidak terdapat variasi yang signifikan

(Sumber: Pengolahan Data)

Tabel 5 menampilkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan service quality (Servqual). Tabel 5 menunjukkan bahwa survei terhadap 65 responden digunakan untuk mengembangkan 18 kriteria yang digunakan untuk menilai kualitas jasa percetakan Dwi Jaya Mulia Gresik. Dihasilkan beberapa kriteria GAP negatif yaitu X1, X2, X3 dan X12. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan masih merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

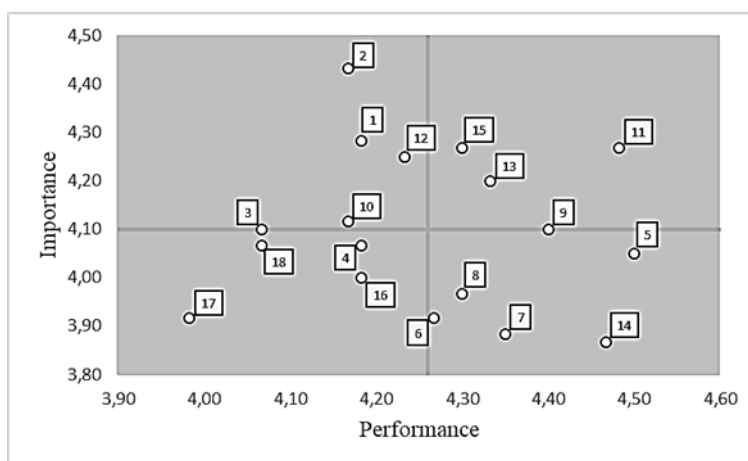
Table 5. Nilai performansi, ekspektasi dan gap

No.	Atribut Pelayanan	Tingkat Persepsi	Tingkat Harapan	Nilai GAP
X1	Menyediakan jasa yang sesuai yang dijanjikan.	4,183	4,283	-0,100
X2	Bisa diandalkan dalam mengatasi masalah jasa pelanggan.	4,167	4,433	-0,267
X3	Menyampaikan jasa secara benar.	4,067	4,100	-0,033
X4	Menyampaikan informasi pada pelanggan tentang kepastian waktu jasa.	4,183	4,067	0,117
X5	Layanan cepat atau segera bagi pelanggan.	4,500	4,050	0,450
X6	Kesediaan untuk membantu pelanggan.	4,267	3,917	0,350
X7	Kesiapan untuk merespons permintaan pelanggan.	4,350	3,883	0,467

No.	Atribut Pelayanan	Tingkat Persepsi	Tingkat Harapan	Nilai GAP
X8	Karyawan yang mempromosikan kepercayaan konsumen	4,300	3,967	0,333
X9	Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi.	4,400	4,100	0,300
X10	Karyawan bersikap sopan secara konsisten	4,167	4,117	0,050
X11	Karyawan dapat menjawab pertanyaan pelanggan.	4,483	4,267	0,217
X12	Memberikan perhatian Individual kepada pelanggan.	4,233	4,250	-0,017
X13	Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian	4,333	4,200	0,133
X14	Sungguh – sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan.	4,467	3,867	0,600
X15	Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan	4,300	4,267	0,033
X16	Peralatan modern.	4,183	4,000	0,183
X17	Karyawan yang berpenampilan sopan dan rapi	3,983	3,917	0,067
X18	Materi – materi berdaya Tarik visual yang berkaitan dengan jasa.	4,067	4,067	0,000

(Sumber: Pengolahan Data)

Metode IPA (Importance Performance Analysis) menunjukkan hasil kriteria evaluasi kualitas layanan percetakan dwi jaya mulia gresik pada 4 kuadran dalam bentuk scatterplot. Grafik digunakan untuk membuat data lebih mudah dibaca, sehingga lebih mudah untuk mendapatkan umpan balik untuk perbaikan di masa mendatang. Sebaran yang menunjukkan sebaran kriteria penilaian mutu jasa percetakan dwi jaya mulia gresik ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Importance Performance Analysis

Berdasarkan Gambar satu, Kuadran IIPA memiliki lima kalimat yang berarti kualitas pelayanan kurang memuaskan dan harus ditingkatkan prioritasnya yaitu atribut X1, X2, X3, X10 dan X12. Pada IPA II terdapat 4 kalimat yang artinya kualitas pelayanan memuaskan sehingga harus dipertahankan yaitu atribut X9, X11, X13 dan X15. Pada IPA III terdapat 4 pernyataan yang berkaitan

dengan kualitas pelayanan yaitu atribut X4, X16, X17 dan X18. Pada IPA IV terdapat 5 pernyataan yang menandakan overachievement yaitu atribut X5, X6, X7, X8 dan X14.

Tabel 6 menampilkan hasil perhitungan data indeks kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan Ms. Excel, setelah menentukan rata-rata keseluruhan Ekspektasi (I) dan hasil perkalian Ekspektasi (I) dengan Performa (P) yaitu Skor (S), gunakan rumus berikut:

$$CSI = \frac{T}{5 \times Y} \times 100\% \quad (4)$$

$$CSI = \frac{313,972}{5 \times 76,63} \times 100\%$$

$$CSI = 82\%$$

Hasil perhitungan CSI diperoleh 82%, menunjukkan bahwa indeks kepuasan pelanggan percetakan dwi jaya mulia gresik yang berlokasi di Jl. Dr. Wahids Sudiro Husodo No. 214 di Desa Randuagung, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik, berada pada posisi sangat puas dengan penanganan yang diberikan oleh pihak percetakan dwi jaya mulia gresik. Oleh karena itu pihak percetakan harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Table 6. Nilai Indeks kepuasan pelanggan

No.	Harapan (I)	Performansi (P)	Score (S)
1	4,18	4,28	17,916
2	4,17	4,43	18,472
3	4,07	4,10	16,675
4	4,18	4,07	17,012
5	4,50	4,05	18,225
6	4,27	3,92	16,714
7	4,35	3,88	16,891
8	4,30	3,97	17,058
9	4,40	4,10	18,040
10	4,17	4,12	17,156
11	4,48	4,27	19,129
12	4,23	4,25	17,990
13	4,33	4,20	18,199
14	4,47	3,87	17,274
15	4,30	4,27	18,348
16	4,18	4,00	16,732
17	3,98	3,92	15,601
18	4,07	4,07	16,540
Total	76,63		313,972

KESIMPULAN

Hasil dari analisis menentukan tidak ada variasi yang signifikan antara harapan dengan persepsi terhadap efisiensi percetakan dwi jaya mulia gresik, terutama mengenai dimensi Reliability yang ditetapkan memiliki nilai yang signifikan $-5,754 > 0,05$, pada dimensi Responsiveness yang

ditetapkan memiliki nilai yang signifikan $27,390 > 0,05$, pada dimensi Assurance yang ditetapkan memiliki nilai yang signifikan $7,512 > 0,05$, pada dimensi Emphaty yang ditetapkan memiliki nilai yang signifikan $4,384 > 0,05$ dan pada dimensi Tangible yang ditetapkan memiliki nilai yang signifikan $4,654 > 0,05$.

Berdasarkan analisis kualitas pelayanan dan metode IPA (important performance analysis), maka percetakan Dwi Jaya Mulia Gresik memiliki karakteristik sebagai berikut: X9 (kemudahan dan kepraktisan prosedur pelayanan) dengan nilai gap 0,333, X11 (konsisten karyawan yang sopan) dengan nilai gap 0,217, X13 (Memberikan perhatian individu kepada pelanggan) dengan nilai gap 0,133, dan X15. Hal ini ditunjukkan dengan nilai positif dari bukaan yang dihasilkan, dan ciri-ciri tersebut berada pada Kuadran II IPA yang artinya bekerja dengan baik dan harus dipertahankan yaitu X1 (Menyediakan jasa yang sesuai yang dijanjikan) dengan nilai gap -0,100, X2 (dapat diandalkan dalam menangani masalah layanan pelanggan Karyawan yang meningkatkan kepercayaan konsumen) dengan nilai gap -0,267, X3 (Ketepatan jadwal kedatangan pegawai) dengan nilai gap -0,033, X10 (Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi) dengan nilai gap -0,050, X12 (Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan) dengan nilai gap -0,017. Hal ini membuktikan hasil negatif selisih yang diperoleh, dan atribut pada Kuadran I IPA tersebut yang berarti kinerjanya lemah dan perlu perbaikan sebagai prioritas.

Hasil analisis metode CSI (Customer Satisfaction Index), didapatkan indeks kepuasan pelanggan percetakan dwi jaya mulia gresik sebesar 82%. Hal ini dapat diartikan pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh percetakan dwi jaya mulia gresik. Namun, peringkat ini didasarkan pada peringkat keseluruhan. Secara individual, masih ada beberapa hal yang harus diperbaiki dan dilakukan perbaikan tergantung dari hasil pengolahan data menggunakan metode Servqual dan IPA.

REFERENSI

- Delima, Mayang, & Puspitasari, Diana. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Cs Knalpot Semarang Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance-performance Analysis (IPA). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(2).
- Devani, Vera, & Rizko, Rizki Azwar. (2016). Analisis kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode customer satisfaction index (csi) dan potential gain in customer value (pgcv). *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(2), 24–29.
- Fabiany, Nyayu Fadilah, & Melina, Erny. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Konsumen pada Axel Barbershop. *Eksis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2), 114–119.
- Fikri, Sirhan, Wiyani, Wahyu, & Suwandaru, Agung. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1).

- Hadining, Aulia Fashanah. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI). *J@ Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 1–10.
- Jazuli, Muhammad, Samanhudi, Didi, & Handoyo, Handoyo. (2020). Analisis kualitas pelayanan dengan menggunakan metode service quality (Servqual) dan importance performance analysis (IPA) di PT. XYZ. *JUMINTEN*, 1(1), 67–75.
- Marantika, Andy Arnanta. (2018). Kualitas Pelayanan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Dhaha Kota Kediri Dengan Metode Service Quality Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Valtech*, 1(1), 176–180.
- Perbaikan, Usulan. (2020). Analisis kualitas pelayanan pada layanan tes kesehatan di klinik mulawarman health center universitas mulawarman dengan menggunakan metode service quality (Servqual). *JIME (Journal of Industrial and Manufacture Engineering)*, 4(1).
- Putra, Faisal Cahya. (2019). Analisis Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Yang Diintegrasikan Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA)(Studi Kasus Pada Cafe Kopi Manao Cirebon-Jawa Barat).
- Ramadhanti, Ervina, & Marlana, Novi. (2021). Analisis strategi kualitas layanan menggunakan metode importance-performance analysis (ipa). *Forum Ekonomi*, 23(3), 431–441.
- Siyamto, Yudi. (2017). Kualitas pelayanan bank dengan menggunakan metode importance performance analysis (IPA) dan customer satisfaction index (CSI) terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 63–76.
- Tanny, Siti Amelia, & Sastika, Widya. (2018). Analisis Service Quality Menggunakan Metode Importance-performance Analysis (ipa) Pada Agen Pt. Prudential Life Assurance Kota Bandung Tahun 2018. *EProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Winarno, Heru, & Absor, Tb. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik (JMIL)*, 1(2), 146–160