

**STRATEGI PERBAIKAN KUALITAS PRODUK DAN
PELAYANAN BERDASARKAN TINGKAT KEPUASAN DAN
KEPENTINGAN KONSUMEN**

(Studi Kasus: Kedai Kinetik, Tangerang, Banten)

SKRIPSI



Oleh:

MUHAMMAD FIKRY AZHIIM

3333170081

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA
CILEGON-BANTEN**

2023

**STRATEGI PERBAIKAN KUALITAS PRODUK DAN
PELAYANAN BERDASARKAN TINGKAT KEPUASAN DAN
KEPENTINGAN KONSUMEN
(Studi Kasus: Kedai Kinetik, Tangerang, Banten)**

SKRIPSI

**Skripsi ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam
mendapatkan gelar Sarjana Teknik**



Oleh:

MUHAMMAD FIKRY AZHIIM

3333170081

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA

CILEGON-BANTEN

2023

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini :

NAMA : MUHAMMAD FIKRY AZHIIM

NIM : 3333170081

JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI

JUDUL : STRATEGI PERBAIKAN KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN BERDASARKAN TINGKAT KEPUASAN DAN KEPENTINGAN KONSUMEN.

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian dengan judul tersebut diatas adalah benar karya saya sendiri dengan arahan dari pembimbing I dan pembimbing II, dan tidak ada duplikasi dengan karya orang lain kecuali yang telah disebutkan sumbernya.

Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penelitian ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Cilegon, 06 Februari 2023



MUHAMMAD FIKRY AZHIIM

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

NAMA : MUHAMMAD FIKRY AZHIIM
NIM : 3333170081
JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI
JUDUL : STRATEGI PERBAIKAN KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN BERDASARKAN TINGKAT KEPUASAN DAN KEPENTINGAN KONSUMEN

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan Diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Pada Hari :

Tanggal :

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dr. Dra. Hj. Putiri B. Katili, M.T.

Pembimbing II : Akbar Gunawan, S.T., M.T.

Penguji I : Dr. Shanti Kirana Anggraeni, S.P., M.T.

Penguji II : Ani Umyati, S.T., M.T.



Four handwritten signatures in black and blue ink, each placed above a horizontal line. The signatures correspond to the names listed in the 'DEWAN PENGUJI' section.

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri



The official red circular stamp of the Industrial Engineering Department at Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, featuring a central emblem. A blue ink signature is written over the stamp.

Ade Irma Sulwan Mutaqin S, ST., MT
NIP. 198206152012121002

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkah dan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Perbaikan Kualitas Produk dan Pelayanan Berdasarkan Tingkat Kepuasan dan Kepentingan Konsumen (Studi Kasus : Kedai Kinetik, Tangerang, Banten)”. Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Teknik pada jurusan Teknik Industri Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Pada kesempatan ini penulis ucapkan puji syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan berterima kasih kepada :

1. Allah SWT atas beribu-ribu kenikmatan yang telah diberikan.
2. Bapak Ade Irman Saeful Mutaqin S, S.T., M.T. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
3. Ibu Dr. Dra. Putiri Bhuana Katili, MT selaku dosen pembimbing I dan Bapak Akbar Gunawan, S.T., M.T. selaku pembimbing II yang telah memberi saran, bimbingannya serta dukungan selama proses penyusunan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan
4. Ibu Dr. Shanti Kirana Anggraeni, SP., MT., Ibu Ani Umyati, S.T., M.T., dan Bapak Aditya Rahardian Fachrur, S.Si, M.MT selaku penguji sidang yang telah memberikan saran dan masukan untuk menyempurnakan skripsi ini.
5. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan penuh kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Asshiediqi, Bima, Aditya, Fariz, Restu, Eep, Ridho, Galih, Dejan dan lainnya yang membantu, menemani, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh Keluarga Besar Mahasiswa Teknik Industri yang telah memberi *support*.

Penulis menyadari bahwa laporan yang dibuat ini masih jauh dari nilai sempurna, maka dari itu penulis akan menerima dengan senang hati setiap kritik dan saran yang membangun. Mohon maaf jika masih banyak kekurangan, semoga laporan ini dapat memberi manfaat untuk setiap pembaca dan juga menambah ilmu bagi saya sendiri. Terima Kasih



ABSTRAK

MUHAMMAD FIKRY AZHIIM. STRATEGI PERBAIKAN KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN BERDASARKAN TINGKAT KEPUASAN DAN KEPENTINGAN KONSUMEN (Studi Kasus : Kedai Kinetik, Tangerang, Banten). Dibimbing oleh DR. DRA. PUTIRI B. KATILI, M.T. dan AKBAR GUNAWAN, S.T., M.T.

Kedai Kinetik merupakan usaha yang bergerak dibidang industri F&B atau lebih dikenal sebagai Coffeeshop. Kedai Kinetik menawarkan suatu produk berbentuk makanan berupa cemilan dan minuman berupa kopi sebagai best seller serta kenyamanan dari kedai kopi itu. Terdapat beberapa permasalahan yang berasal dari keluhan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kinetik. Untuk itu perlu adanya analisa dan pengambilan langkah yang tepat untuk mengatasi kekuarangan yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan mengambil survey dari pelanggan yang datang ke kedai kopi tersebut. Penilaian terhadap kepuasan terkait kualitas pelayanan dan produk yang diberikan kepada konsumen dapat dilakukan dengan metode Customer Satisfication Index (CSI), serta melakukan penilaian terkait pengukuran tingkat kinerja menggunakan Importance Performance Analysis (IPA). Kepuasan pelanggan terkait kualitas produk dan pelayanan di Kedai Kinetik sebesar 83,26% yang termasuk dalam kategori sangat memuaskan. Adapun beberapa atribut yang perlu ditingkatkan yaitu terdapat pada kuadran 1 yaitu atribut 1. Atribut yang perlu dipertahankan terdapat pada kuadran 2 yaitu atribut 4, atribut 6, atribut 7, atribut 8, atribut 11, dan atribut 12, atribut 14, atribut 15, atribut 23, atribut 27. Langkah perbaikan yang dapat dilakukan oleh Kedai Kinetik adalah dengan memperbaiki atribut yang terdapat pada kuadran I, yaitu dengan cara memperbanyak variasi menu makanan.

Kata kunci : *kepuasan pelanggan, quality, coffe, customer satisfication index, importance performanc analysis*

ABSTRACT

MUHAMMAD FIKRY AZHIIM. PRODUCT AND SERVICE QUALITY IMPROVEMENT STRATEGY BASED ON THE LEVEL OF CONSUMER SATISFACTION AND INTEREST (Case Study: Kedai Kinetik, Tangerang, Banten). Guided by DR. DRA. PUTIRI B. KATILI, M.T. dan AKBAR GUNAWAN, S.T., M.T.

Kedai Kinetik is a business engaged in the F&B industry or better known as Coffeeshop. Kedai Kinetik offers a product in the form of food in the form of snacks and drinks in the form of coffee as a best seller and the convenience of the coffee shop. There are several problems that stem from customer complaints related to the quality of service provided by Kedai Kinetik. For this reason, it is necessary to analyze and take the right steps to overcome existing problems. This can be done by taking a survey of customers who come to the coffee shop. Assessment of satisfaction related to the quality of services and products provided to consumers can be carried out using the Customer Satisfaction Index (CSI) method, as well as conducting assessments related to measuring performance levels using Importance Performance Analysis (IPA). Customer satisfaction related to the quality of products and services at Kedai Kinetik amounted to 83.26% which is included in the very satisfactory category. There are several attributes that need to be improved, namely in quadrant 1, namely attribute 1. The attributes that need to be maintained are in quadrant 2, namely attribute 4, attribute 6, attribute 7, attribute 8, attribute 11, and attribute 12, attribute 14, attribute 15, attribute 23, attribute 27. The improvement step that can be done by Kedai Kinetik is to improve the attributes contained in quadrant 1,

Keywords : *customer satisfaction, quality, coffee, customer satisfaction index, importance performance analysis*

RINGKASAN

MUHAMMAD FIKRY AZHIIM. Strategi Perbaikan Kualitas Produk dan Pelayanan Berdasarkan Tingkat Kepuasan dan Kepentingan Konsumen. Dibimbing oleh DR. DRA. PUTIRI B. KATILI, M.T. dan AKBAR GUNAWAN, S.T., M.T.

Latar Belakang; Penelitian ini dilakukan di salah satu kedai kopi di Tangerang, yaitu Kedai Kinetik. Kedai Kinetik menawarkan suatu produk berbentuk makanan berupa cemilan dan minuman berupa kopi sebagai *best seller* serta kenyamanan dari kedai kopi itu. Cita rasa yang disajikan mampu menarik pelanggan untuk datang kembali dengan interior tempat yang mendukung untuk kenyamanan berkumpul bersama teman dan dapat terbilang *instagramable* atau dapat dijadikan spot untuk foto. Kedai Kinetik memberikan pelayanan juga berupa lahan parkir, kapasitas pengunjung, toilet, tempat ibadah, dan juga promo – promo tertentu. Terdapat beberapa permasalahan setelah dilakukannya observasi yang berasal dari keluhan pengunjung, terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kinetik yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penilaian terhadap pelayanan yang diberikan oleh *coffeeshop* untuk mengetahui atribut yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan.

Perumusan Masalah; Berdasarkan permasalahan yang ada di Kedai Kinetik, maka terdapat beberapa perumusan masalah yang didapat untuk melakukan penelitian. Permasalahan yang dirumuskan adalah bagaimana kepuasan pelanggan terkait kualitas dari produk dan pelayanan di Kedai Kinetik, apa saja atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan terkait yang diberikan dari segi produk atau pelayanan kepada konsumen di Kedai Kinetik, dan bagaimana anjuran untuk langkah perbaikan atau yang perlu dipertahankan dari segi produk atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen di Kedai Kinetik dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Tujuan Penelitian; Tujuan penelitian dari permasalahan ini yaitu untuk mengetahui kepuasan pelanggan terkait kualitas dari produk dan pelayanan di Kedai Kinetik. Mengetahui atribut yang perlu ditingkatkan atau dipertahankan terkait yang diberikan dari segi produk dan pelayanan kepada konsumen di Kedai Kinetik menggunakan metode IPA. Memberikan langkah perbaikan atau atribut yang perlu dipertahankan mengenai produk atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen di Kedai Kinetik.

Metode Penelitian; Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif untuk mengetahui data tentang kualitas pelayanan dan nilai indeks kepuasan pelanggan. Data pada penelitian ini didapatkan melalui penyebaran kuisioner pada pelanggan, Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan metode CSI dan IPA.

Hasil Penelitian; Hasil penelitian ini didapatkan dengan menggunakan metode CSI dan IPA. Nilai CSI pada penelitian ini diperoleh hasil sebesar 83,26% yang termasuk dalam kategori sangat puas. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa sangat puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kinetik. Hasil pengolahan data pada metode IPA oleh Kedai Kinetik adalah dengan memperbaiki atribut yang terdapat pada kuadran I, yaitu dengan cara memperbanyak variasi menu makanan. Selain itu, Kedai Kinetik dapat mempertahankan kinerja pada atribut kuadran II.

Kesimpulan; Kepuasan pelanggan terkait kualitas produk dan pelayanan di Kedai Kinetik sebesar 83,26% yang termasuk dalam kategori sangat memuaskan. Atribut yang perlu ditingkatkan terdapat pada kuadran I yaitu atribut 1. Langkah perbaikan yang dapat dilakukan oleh Kedai Kinetik adalah dengan memperbaiki atribut yang terdapat pada kuadran I, yaitu dengan cara memperbanyak variasi menu makanan. Selain itu, Kedai Kinetik dapat mempertahankan kinerja pada atribut kuadran II.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul	ii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	iii
Halaman Pengesahan	IV
Prakata.....	V
Abstrak Bahasa Indonesia.....	VII
Abstrak Bahasa Inggris.....	VIII
Ringkasan.....	IX
Daftar Isi	XI
Daftar Tabel	XIV
Daftar Gambar.....	XV
Daftar Arti Lambang, Singkatan, Dan Istilah.....	XVI
Daftar Lampiran.....	XVII
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
1.6 Penelitian Terdahulu	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kepuasan Pelanggan	10
2.2 Kualitas	10
2.3 Kualitas Pelayanan.....	12
2.4 Kuesioner	13
2.5 <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i>	14

2.6	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	15
2.7	Uji Instrument	16
2.8	Skala Likert	18
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian	19
3.2	Lokasi Penelitian	19
3.3	Cara Pengambilan Data	20
3.4	Alur Penelitian	20
3.4.1	<i>Flowchart</i> Penelitian Umum	20
3.4.2	<i>Flowchart</i> Pengolahan Data	22
3.5	Deskripsi Pemecahan Masalah	24
3.5.1	Deskripsi <i>Flowchart</i> Penelitian Umum	24
3.5.2	Deskripsi <i>Flowchart</i> Pengolahan Data	26
3.6	Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN		
4.1	Pengumpulan Data	30
4.1.1	Atribut	33
4.2	Pengolahan Data	35
4.2.1	Uji Kecukupan Data	35
4.2.2	Karakteristik Responden	35
4.2.3	Uji Validitas	41
4.2.4	Uji Reliabilitas	43
4.2.4.1	Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan	43
4.2.4.2	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	45
4.2.5	<i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	47
4.2.6	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	50
4.2.7	Diagram Kartesius IPA	51
BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN		
5.1	Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan	57
5.2	Analisa Atribut Prioritas	58
5.3	Analisa Langkah Perbaikan	60

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN63

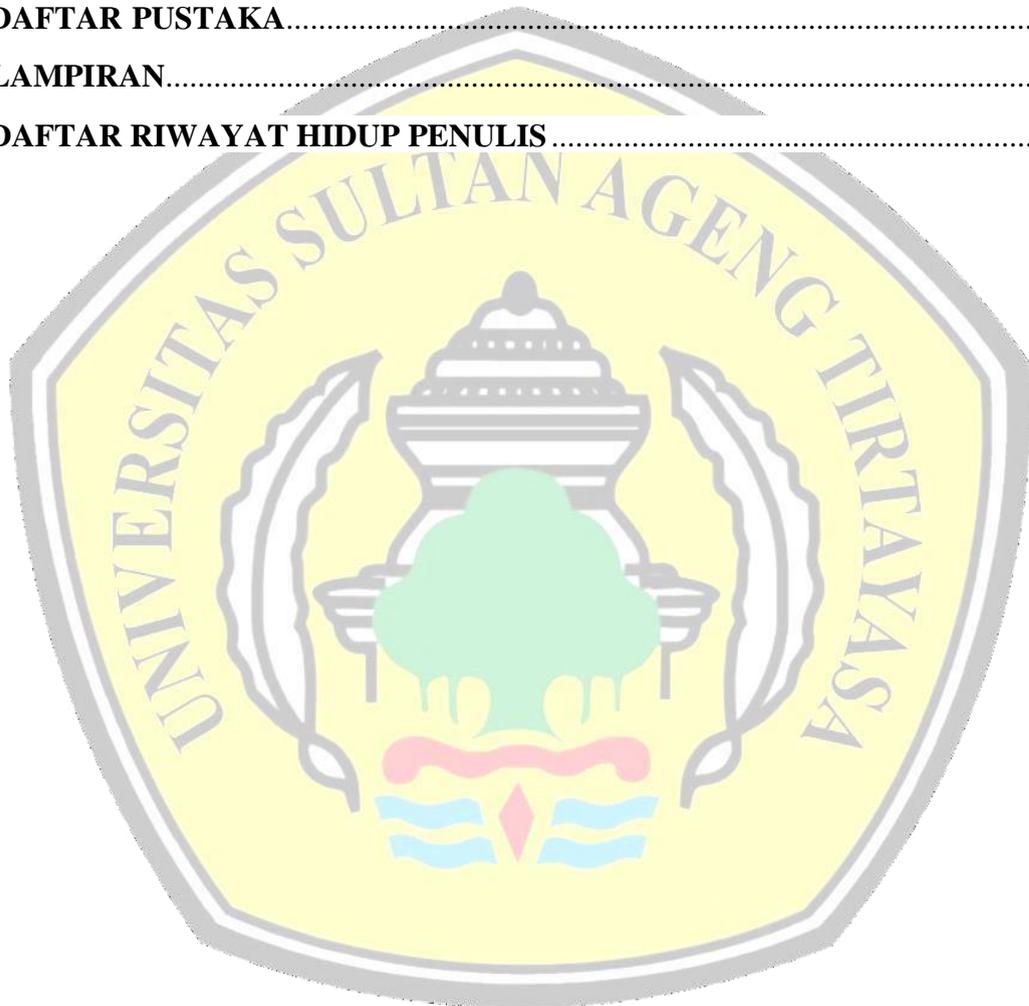
6.1 Kesimpulan63

6.2 Saran63

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....

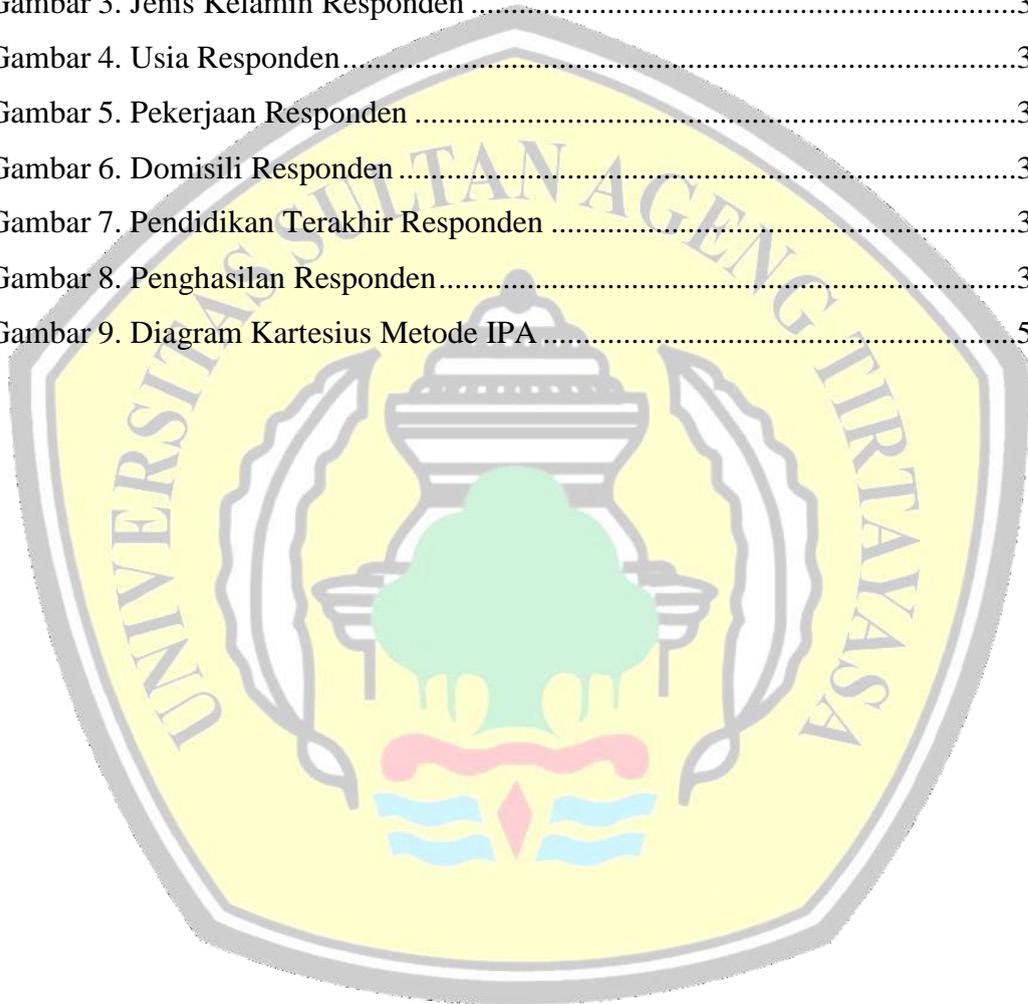


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu	6
Tabel 2. Data Hasil Kuesioner Kepuasan Dengan Metode CSI	31
Tabel 3. Data Hasil Kuesioner Kepentingan Dengan Metode CSI.....	32
Tabel 4. Atribut.....	33
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 6. Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 7. Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 8. Responden Berdasarkan Domisili.....	37
Tabel 9. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 10. Responden Berdasarkan Penghasilan	39
Tabel 11. Uji Validitas Tingkat Kepuasan.....	40
Tabel 12. Uji Validitas Tingkat Kepentingan	41
Tabel 13. Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan	43
Tabel 14. <i>Cronbach's Alpha</i> Tingkat Kepuasan	44
Tabel 15. Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	45
Tabel 16. <i>Cronbach's Alpha</i> Tingkat Kepentingan	46
Tabel 17. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	47
Tabel 18. Klasifikasi Nilai CSI.....	48
Tabel 19. Tingkat Kesesuaian.....	49
Tabel 20. Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Kepuasan	50

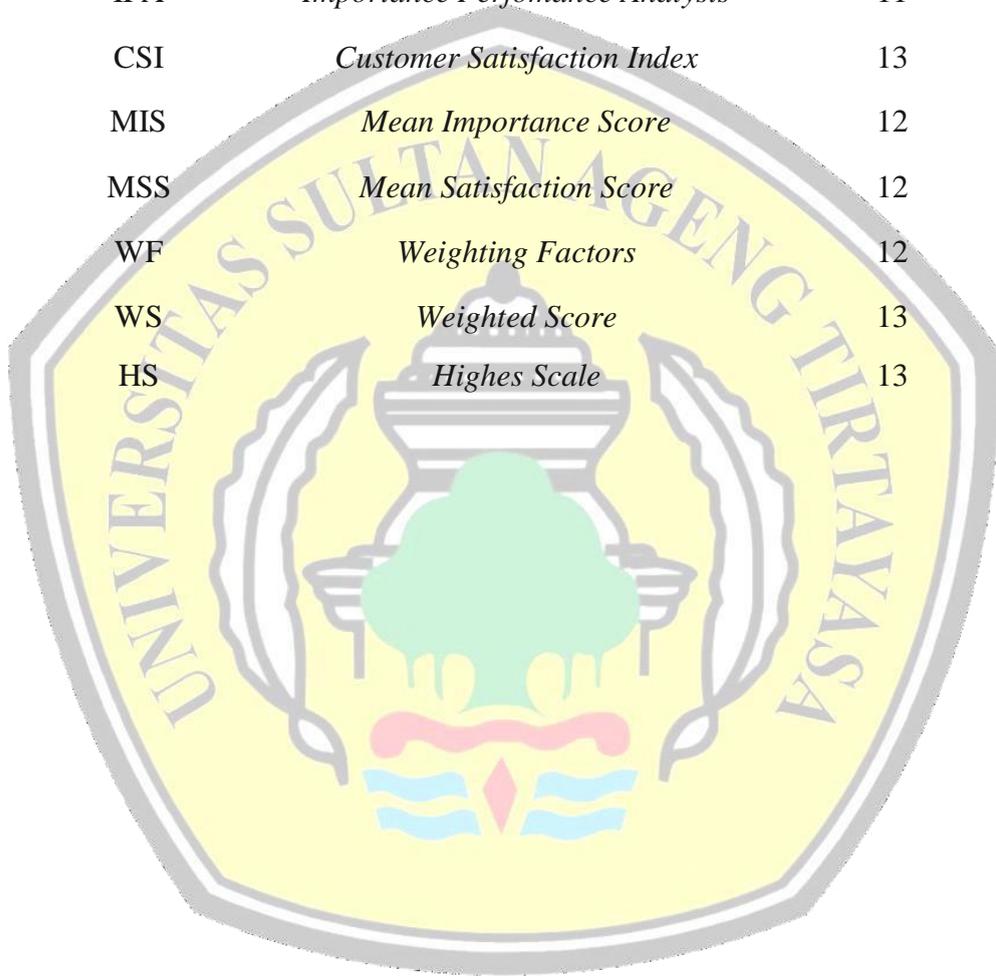
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. <i>Flowchart</i> Penelitian Umum	21
Gambar 2. <i>Flowchart</i> Pengolahan Data	23
Gambar 3. Jenis Kelamin Responden	35
Gambar 4. Usia Responden	35
Gambar 5. Pekerjaan Responden	36
Gambar 6. Domisili Responden	37
Gambar 7. Pendidikan Terakhir Responden	38
Gambar 8. Penghasilan Responden	39
Gambar 9. Diagram Kartesius Metode IPA	52



DAFTAR ARTI LAMBANG, SINGKATAN, DAN ISTILAH

LAMBANG/ SINGKATAN	Nama	Pemakaian pertama kali pada halaman
UMKM	Usaha Mikro Kecil Menengah	2
IPA	<i>Importance Performance Analysis</i>	11
CSI	<i>Customer Satisfaction Index</i>	13
MIS	<i>Mean Importance Score</i>	12
MSS	<i>Mean Satisfaction Score</i>	12
WF	<i>Weighting Factors</i>	12
WS	<i>Weighted Score</i>	13
HS	<i>Highest Scale</i>	13



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel r.....	68
Lampiran 2. Hasil kuesioner tingkat kepentingan	69
Lampiran 2. Hasil kuesioner tingkat kepuasan	75



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyaknya industri baru yang muncul dari berbagai bidang membuat persaingan dalam dunia Industri semakin ketat, menuntun para pemilik industri untuk mengembangkan dan memajukan industrinya agar tetap menjadi pilihan untuk masyarakat. Seperti halnya, industri F&B (*Food and Beverage*) yang kian banyak bermunculan di masyarakat dan menjadi trend untuk masyarakat, terkhusus masyarakat kalangan muda. Seiring berkembangnya zaman, masyarakat semakin berfikir solutif dalam memperbaiki perekonomiannya. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memperbaiki perekonomian yaitu dengan berwirausaha. Banyak sektor usaha yang sedang gencar bersaing seperti perdagangan, hiburan, kuliner, serta Coffee shop (Sinaga, 2020). Sektor industri F&B merupakan industri yang sedang dalam kemajuan, dimana semakin banyaknya Industri yang bergerak dalam sektorini yang terus bermunculan dengan keunggulan yang dimiliki masing-masing. Semakin ketatnya persaingan dalam sektor industri F&B ini mendorong parapemilik Industri mengeluarkan kreatifitas dan inovasinya agar mampu bersaing dipasar masyarakat. Dalam sektor F&B yang sedang berkembang pesat saat ini adalah industri kopi atau kedai kopi.

Industri F&B dalam bidang kopi ini sedang banyak diminati oleh orang-orang terutama kalangan berusia muda karena menjanjikan keuntungan untuk jangka panjang. Kalangan muda sedang menaruh minat tinggi kepada kedai kopi ini karena sedang menjadi trend dan gaya hidup (*life style*) dijadikan sebagai tempat kumpul yang dimana menurut mereka dapat dijadikan tempat bersantai menghilangkan kepenatan bersama teman ataupun sendiri (Kholik, 2018). Aspek yang ditawarkan oleh kedai kopi meliputi kenyamanan, cita rasa dalam makanan dan minuman, pelayanan, keamanan dan kebersihan. Hal ini harus membuat kedai kopi mempertahankan ataupun meningkatkan kualitas dari pelayanan yang mereka tawarkan kepada pelanggannya. Hal ini yang akan menentukan

masa depan dari kedai kopi tersebut, akankah kedai kopi tersebut akan terus berkembang dan menguasai pasar, atau akan terkikis dari persaingan pasar hingga tutup atau bangkrut.

Penelitian ini dilakukan di salah satu kedai kopi di Tangerang, yaitu Kedai Kinetik. Kedai Kinetik menawarkan suatu produk berbentuk makanan berupa cemilan dan minuman berupa kopi sebagai *best seller* serta kenyamanan dari kedai kopi itu. Cita rasa yang disajikan mampu menarik pelanggan untuk datang kembali dengan interior tempat yang mendukung untuk kenyamanan berkumpul bersama tempat dan dapat terbilang *instagramable* atau dapat dijadikan spot untuk foto. Kedai Kinetik memberikan pelayanan juga berupa lahan parkir, kapasitas pengunjung, toilet, tempat ibadah, dan juga promo – promo tertentu. Kualitas pelayanan sangat penting mulai dari berkomunikasi yang baik, perilaku yang sopan dan berpakaian yang rapi sehingga konsumen merasa puas berkunjung ke cafe tersebut (Kristina, 2017). Berdasarkan observasi yang dilakukan dengan wawancara dan mengamati di Kedai Kinetik, terdapat beberapa permasalahan yang berasal dari keluhan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kinetik yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penilaian terhadap pelayanan yang diberikan oleh *coffeeshop* untuk mengetahui atribut yang perlu di pertahankan dan ditingkatkan (Jufriyanto, 2020).

Kualitas pelayanan yang buruk dapat menyebabkan timbulnya keluhan dari para pelanggan. Keluhan pelanggan merupakan ungkapan ketidakpuasan dari pelanggan karena ada sesuatu yang tidak dapat diterima baik dengan produk yang ditawarkan maupun dengan pelayanan (Fitriyanto, 2018). Untuk itu perlu adanya analisa dan pengambilan langkah yang tepat untuk mengatasi kekuarangan yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan mengambil survey dari pelanggan yang datang ke kedai kopi tersebut. Hasil dari kuesioner tersebut dapat dijadikan sebagai acuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari kedai kopi itu. Penilaian terhadap kepuasan terkait kualitas pelayanan dan produk yang diberikan kepada konsumen dapat dilakukan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), serta melakukan penilaian terkait pengukuran tingkat kinerja Kedai Kinetik *Importance-Performance Analysis* (IPA).

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah yang ada dipenelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kepuasan pelanggan terkait kualitas dari produk dan pelayanan di Kedai Kinetik?
2. Apa saja atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan terkait yang diberikan dari segi produk atau pelayanan kepada konsumen di Kedai Kinetik?
3. Bagaimana anjuran untuk langkah perbaikan atau yang perlu dipertahankan dari segi produk atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen di Kedai Kinetik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui kepuasan pelanggan terkait kualitas dari produk dan pelayanan di Kedai Kinetik.
2. Mengetahui atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan terkait yang diberikan dari segi produk dan pelayanan kepada konsumen di Kedai Kinetik menggunakan metode IPA.
3. Memberikan langkah perbaikan atau atribut yang perlu dipertahankan mengenai produk atau pelayanan yang diberikan kepada konsumen di Kedai Kinetik.

1.4 Batasan Masalah

Berikut ini adalah batasan masalah untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengumpulan data pada penelitian di Kedai Kinetik ini dimulai sejak bulan Desember tahun 2021 hingga bulan Februari tahun 2022.
2. Pengambilan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada pelanggan yang sudah pernah menikmati pelayanan dari Kedai Kinetik berjumlah 100 orang.

1.5 Sistematika Penulisan

Dibawah ini merupakan sistematika penulisan yang ada pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian. Teori-teori tersebut didapatkan dari referensi beberapa buku dan jurnal ataupun artikel ilmiah serta penelitian-penelitian terdahulu yang akan membantu dalam menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan oleh penulis dalam penelitian yang di dalamnya terdapat rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, cara pengambilan data, alur penelitian, deskripsi pemecahan dan analisis data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisikan tentang tata cara pengumpulan data-data yang diambil di Kedai Kinetik dan pengolahan data dengan menggunakan *Importance-Performance Analysis*, yang dibantu dengan menggunakan kuesioner untuk mengukur tingkat kepentingan dan kepuasan serta skala *likert* untuk menentukan skor penilaian pengukuran kinerja.

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan tentang analisa dan pembahasan dari pengolahan data yang telah dilakukan pada penelitian dan mengacu pada tujuan penelitian untuk dilakukan analisa lebih lanjut hingga dapat dijadikan bahan kesimpulan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdapat kesimpulan dari tujuan penelitian yang diperoleh berdasarkan analisa yang telah dilakukan, lalu terdapat pula saran untuk melakukan penelitian selanjutnya.



1.6 Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan beberapa penelitian terdahulu dari penelitian ini.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Tahun	Judul	Metode	Hasil
1	Eka K	2016	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Bayat Bengkulu, Menggunakan Metode Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	CSI dan IPA	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen sebesar 80,41% dan atribut yang diinginkan konsumen adalah daya tarik ilustrasi, warna kemasan, kemampuan kemasan melindungi produk, kepraktisan kemasan, warna kue, aroma kue, tekstur kue, rasa kue, masa simpan dan harga produk yang dapat dipertimbangkan oleh responden berdasarkan uji validitas dan reliabilitas dan rekomendasiperbaikan untuk atribut bayat yaitu atribut warna kue dan harga produk serta atribut yang patut dipertahankan adalah rasa kue, aroma kue dan tekstur kue.
2	Priscilla Anggita Damanik	2014	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Kopi dengan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) di <i>Coffee Story</i> Malang,	CSI dan IPA	Hasil penelitian disimpulkan bahwa atribut yang menjadi agenda prioritas utama ditingkatkan kinerjanya adalah atribut yang berada dikuadran I yaitu atribut kualitas bahan baku dan kemudahan dalam mendapatkan pelayanan atribut yang menjadi prioritas kedua untuk diperbaiki adalah atribut yang berada dikuadran ke III, atribut tersebut yaitu atribut – atribut harga, bahan tambahan, manfaat, volume dan kepopuleran jenis minuman kopi customer satisfactoin index (CSI) yang diperoleh adalah sebesar 84% yang menunjukkan bahwa konsumen merasa sangat puas.
3	Putu. A.	2018	Analisis Kepuasan Konsumen	CSI dan IPA	Atribut kualitas produk yang dianggap penting diurutkan dari besar ke kecil:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

R., Sri Mulyani, Cokorda. A. b. S	Terhadap Kualitas Produk Kopi Dan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode <i>Importance Perfomance Analysis</i> (Studi Kasus Di Geo <i>Coffee</i>)	rasa kopi, aroma kopi, aftertaste, konsistensi, kualitas pelayanan yang dianggap penting diurutkan dari besar sampai kecil: reliability, tangible, empaty, responsiveness, assurance. Tingkat kinerja kualitas produk diurut berdasarkan 3 nilai tertinggi adalah sebagai berikut rasa kopi, keasaman rasa, aroma kopi. Tingkat kinerja kualitas pelayanan diurut berdasarkan 3 nilai tertinggi adalah sebagai berikut desain interior, responship, kebersihan. . Atribut-atribut yang perlu mendapatkan prioritas untuk kualitas produk adalah: rasa kopi dan aroma kopi, untuk kualitas pelayanan: kemampuan dalam menjelaskan kesamaan dalam memperlakukan pelanggan.
-----------------------------------	---	--

Tabel 1. Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No	Penulis	Tahun	Judul	Metode	Hasil
4	Christian. D. P., Theodora. M. K., Ellen. G. T	2020	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Kinerja Warkop Kemang Manado	CSI dan IPA	Tingkat kepuasan konsumen Warkop Kemang Manado adalah 83,53 persen yang berarti konsumen “Sangat Puas” terhadap keseluruhan aspek dari Warkop Kemang Manado. Variabel yang perlu diperbaiki adalah citarasa makanan/minuman, kesesuaian harga makanan/minuman, pengetahuan dan penjelasan pramusaji terhadap menu, ketersediaan dan kebersihan toilet, serta ketersediaan sarana parkir. Sedangkan, variabel yang perlu dipertahankan kinerjanya adalah ke higienisan makanan/minuman dan peralatan makanan/minuman, penampilan pramusaji, kesigapan pramusaji, keramahan dan kesopanan pramusaji, serta kebersihan warkop.
5	Abdul. R dan Suparto	2019	Analisa Kepuasan Pelanggan Pada Minimarket XYZ Dengan Metode <i>Costumer Satisfaction Index</i> (CSI) Dan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	CSI dan IPA	Berdasarkan hasil perhitungan dan pengukuran menggunakan metode <i>Costumer Satisfaction Index</i> pada Minimarket XYZ, didapatkan nilai indeks sebesar 0,708 atau 70,8% dimana nilai indeks menunjukkan pelanggan puas atas pelayanan yang diterima. Berdasarkan analisa <i>Importance Performance Analysis</i> diketahui bahwa atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan adalah atribut kondisi toko dalam keadaan bersih, penataan barangnya rapi dan harga barang yang tercantum di rak barang sesuai dengan harga di kasir. Untuk atribut yang perlu dipertahankan adalah atribut akses lokasi toko mudah dijangkau, terdapat area parkir yang cukup luas, produk yang dijual lengkap sesuai kebutuhan, harga bersaing untuk minimarket sekelas, karyawan cepat dan tepat dalam melayani konsumen, tempat parkir aman, produk terjamin kualitasnya (tidak rusak, kadaluarsa, terbuka kemasannya)

dan karyawan sopan dan ramah terhadap konsumen.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi yang nyata terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan baik itu berupa produk atau jasa dari suatu perusahaan ataupun UMKM berdasarkan pengalaman yang dialami oleh pelanggan (Setiawan dan Andayani, 2016).

Kepuasan konsumen akan mempengaruhi sikap konsumen berikutnya setelah menggunakan atau merasakan produk maupun jasa yang ditawarkan. Untuk itu, perusahaan hendaknya memberikan kualitas terbaik untuk para konsumen agar memuat referensi jasa sehingga jumlah konsumen dapat dipertahankan dan dikembangkan. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan kepuasan dari konsumennya harus dapat memberikan nilai yang lebih terhadap berbagai kualitas yang diberikannya kepada konsumen. Karena dengan terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi harmonis, serta memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya minat mereferensikan pada pelanggan. Upaya perusahaan dalam menjalankan tujuan perusahaan tersebut dapat dilakukan melalui beberapa cara yaitu dari segi kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan dan suasana toko (*Store Atmosphere*) yang baik yang dapat membuat nyaman dan memberikan kepuasan bagi konsumen (Rafsanjani & Sutopo, 2017).

2.2 Kualitas

Produk tidak dapat dipisahkan dari suatu perusahaan karena perusahaan pasti menghasilkan produk untuk dijual ke pasar. Produk dapat berupa barang

maupun jasa. Produk yang dibuat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tentu akan memiliki nilai tersendiri bagi pelanggan sehingga pelanggan bersedia melakukan sejumlah pengorbanan baik moneter maupun non-moneter untuk mendapatkan produk tersebut

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan. Dalam ISO 8402 dan SNI (Standar Nasional Indonesia). Pengertian kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersamar. Istilah kebutuhan diartikan sebagai spesifikasi yang tercantum dalam kontrak maupun kriteria-kriteria yang harus didefinisikan terlebih dahulu. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing, engineering, manufacture* dan *maintanance*, dimana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Raharjo, 2015).

Pengukuran kualitas untuk produk fisik tidak sama dengan industri jasa. walaupun demikian, ada beberapa dimensi yang digunakan dalam mengukur kualitas suatu industri jasa. Menurut Ramlawati (2020), dimensi kualitas pada industri jasa antara lain:

1. *Communication*, yaitu komunikasi atau hubungan antara penerima jasa dengan pemberi jasa.
2. *Credibility*, yaitu kepercayaan pihak penerima jasa terhadap pemberi jasa.
3. *Security*, yaitu keamanan terhadap jasa yang ditawarkan.
4. *Knowing the customer*, yaitu pengertian dari pihak pemberi jasa pada penerima jasa atau pemahaman pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan pemakai jasa.
5. *Tangibles*, yaitu bahwa dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan harus dapat diukur atau dibuat standarnya.
6. *Reliability*, yaitu konsistensi kerja pemberi jasa dan kemampuan pemberi jasa dalam memenuhi janji para penerima jasa.

7. *Responsiveness*, yaitu tanggapan pemberi jasa terhadap kebutuhan dan harapan penerima jasa.
8. *Competence*, yaitu kemampuan atau keterampilan pemberi jasa yang dibutuhkan setiap orang dalam perusahaan untuk memberikan jasanya kepada penerima jasa.
9. *Access*, yaitu kemudahan pemberi jasa untuk dihubungi oleh pihak atau pelanggan atau penerima jasa.
10. *Courtesy*, yaitu kesopanan, respek, perhatian, dan kesamaan dalam hubungan personal.

2.3 Kualitas Pelayanan

Panjaitan dan Yuliati (2016), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Putro dkk (2014), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap.

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan (Subawa dan Sulistyawati, 2020). Kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang superior akan dapat memaksimalkan performa keuangan perusahaan (Rohaeni dan Marwa, 2018). Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan

kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Yesenia dan Siregar, 2014). Peningkatan kualitas jasa juga akan berdampak pada organisasi secara menyeluruh. Menurut Jamaludin (2017), ada beberapa langkah yang harus ditempuh untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan atau jasa yang ditawarkan, antara lain:

- a. Mengidentifikasi Penentu Utama Kualitas Pelayanan
- b. Mengelola Harapan Pelanggan
- c. Mengelola Kualitas Jasa
- d. Mengembangkan Budaya Kualitas

2.4 Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada (Wijaya dkk, 2016). Kuesioner juga dikenal sebagai angket. Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan yang harus diisi atau dijawab oleh responden atau orang yang akan diukur. Hal yang didapatkan melalui kuesioner adalah kita dapat mengetahui keadaan atau data pribadi seseorang, pengalaman, pengetahuan, dan lain sebagainya yang kita peroleh dari responden. Kuesioner berbentuk daftar pertanyaan. Harapan yang diinginkan melalui penyusunan kuesioner adalah mampu mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting (Dany, 2016). Adapun tujuan penyusunan kuesioner adalah guna memperbaiki bagian-bagian yang kurang tepat untuk diterapkan dalam pengambilan data terhadap responden. Kuesioner digunakan secara tepat apabila mencakup (Hombing, 2015):

1. Responden atau orang yang merespon atau menjawab pertanyaan memiliki jarak saling berjauhan.
2. Melibatkan sejumlah orang di dalam proyek sistem, dan berguna jika mengetahui berapa proporsi suatu kelompok tertentu yang menyetujui atau tidak menyetujui suatu fitur khusus dari sistem yang diajukan.

3. Melakukan studi guna mengetahui sesuatu dan ingin mencari seluruh pendapat sebelum proyek sistem diberi petunjuk-petunjuk tertentu.
4. Ingin yakin bahwa masalah-masalah dalam sistem yang ada bisa diidentifikasi dan dibicarakan dalam wawancara tindak lanjut.

2.5 Importance-Performance Analysis (IPA)

Importance-Performance Analysis adalah teknik yang sederhana dan digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut dari produk atau pelayanan yang paling dibutuhkan dari adanya sebuah pengembangan atau kandidat untuk kondisi penghematan biaya yang dimungkinkan tanpa kerugian yang signifikan terhadap kualitas secara keseluruhan. *Importance Performance Analysis* mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Interpretasi grafik IPA sangat mudah, dimana grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance-performance*. Berikut ini merupakan grafik diagram kartesius (Cahaya, 2019).

1. Kuadran Pertama: Tingkatkan Kinerja (*high importance dan low performance*). Dianggap faktor yang sangat penting namun belum memuaskan untuk kondisi saat ini sehingga harus menjadi perhatian bagi manajemen untuk mengalokasikan sumber daya yang memadai.
2. Kuadran Kedua: Pertahankan Kinerja (*high importance dan high performance*). Dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga manajemen wajib memastikan kinerja institusinya dapat mempertahankan prestasi yang telah dicapai.
3. Kuadran Ketiga: Cenderung Berlebihan (*low importance dan high performance*). Dianggap tidak terlalu penting sehingga manajemen bisa mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut

kepada faktor-faktor lain yang lebih membutuhkan peningkatan penanganan.

4. Kudran Keempat: Prioritas rendah (*low importance* dan *low performance*).
Dianggap mempunyai tingkat kepuasan yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen, sehingga manajemen tidak perlu memprioritaskan faktor tersebut.

2.6 Customer Satisfaction Index (CSI)

Menurut Jufriyanto (2020) *Customer Satisfaction Index* merupakan pengukuran untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan secara menyeluruh dengan memberikan penilaian yang didasarkan pada pertimbangan kinerja pada atribut-atribut yang diukur. Tingkat kepuasan konsumen penting untuk diketahui oleh pelaku usaha untuk mengukur seberapa puas konsumen terhadap kinerja yang telah mereka lakukan. Kepuasan konsumen juga dapat berpengaruh terhadap kelangsungan suatu usaha. Apabila harapan konsumen lebih besar dibandingkan dengan kinerja suatu perusahaan, maka kepuasan konsumen tidak akan terpenuhi dan konsumen dapat bereaksi negatif. Sebaliknya apabila kinerja lebih tinggi dibandingkan dengan harapan konsumen maka kepuasan terpenuhi dan konsumen akan bereaksi positif. Kepuasan konsumen akan mempengaruhi terjadinya pembelian ulang maupun tidak.

Menurut (Devani dan Rizko, 2016) metode pengukuran *Customer Satisfaction Index* meliputi tahap-tahap berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS).

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots \dots \dots (1)$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \dots \dots \dots (2)$$

2. Membuat *Weight Factors* (WF), bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh variabel, dimana p merupakan variabel kepentingan ke-p.

$$WF = \frac{MIS}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \dots \dots \dots (3)$$

3. Membuat *Weight Score* (WS), bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan atau *Mean Satisfaction Score* (MSS)

$$WS_i = WF_i \times MSS \dots\dots\dots(4)$$

4. Menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI), yaitu jumlah WS dibagi skala maksimal yang digunakan (penelitian ini menggunakan skala maksimal 5), kemudian dikalikan 100%.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\% \dots\dots\dots(5)$$

2.7 Uji Instrument

Suatu variabel diperlukan alat ukur yang biasa disebut instrumen. Instrumen adalah suatu alat yang karena memenuhi persyaratan akademis maka dapat dipergunakan sebagai alat untuk mengukur suatu obyek ukur atau mengumpulkan data mengenai suatu variabel. Selanjutnya dinyatakan bahwa pada dasarnya instrumen dapat dibagi menjadi dua macam, yakni tes misalnya tes prestasi belajar, tes inteligensi, tes bakat; sedangkan yang termasuk non-tes misalnya pedoman wawancara, angket atau kuesioner, lembar observasi, daftar cocok (*check list*), skala sikap, skala penilaian, dan sebagainya. Pengukuran merupakan suatu operasi yang dilakukan terhadap alam fisik oleh pengamat. Misalnya, ingin mengukur hasil belajar, intelegensi, sikap, motivasi berprestasi, dan sebagainya. Sekarang muncul suatu pertanyaan, yaitu apakah suatu alat ukur benar-benar mengukur apa yang hendak dan seharusnya diukur serta sejauh mana alat ukur tersebut dapat diandalkan dan berguna, sebenarnya menunjuk pada dua hal yang pokok, yaitu validitas dan reliabilitas (Matondang, 2009). Berikut ini, pengertian Validitas dan reliabilitas, yaitu sebagai berikut:

a. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya

pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur.

Validitas pada dasarnya menunjuk kepada derajat fungsi pengukurannya suatu tes, atau derajat kecermatan. Validitas menguji apakah tes tersebut benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Yang berarti adalah seberapa jauh suatu tes mampu mengungkapkan dengan tepat ciri atau keadaan yang sesungguhnya dari obyek ukur. Validitas berkenaan dengan ketepatan alat penilaian terhadap konsep yang dinilai sehingga betul-betul menilai apa yang seharusnya dinilai. Suatu tes yang valid untuk tujuan tertentu atau pengambilan keputusan tertentu, mungkin tidak valid untuk tujuan atau pengambilan keputusan lain. Jadi validitas suatu tes, harus selalu dikaitkan dengan tujuan atau pengambilan keputusan tertentu (Putra, 2019). Secara umum ada tiga pendekatan dalam meneliti validitas suatu alat ukur, yaitu (Azwar, 2005):

1. Validitas isi, yaitu validitas yang fokus kepada elemen-elemen apa yang ada dalam ukur sehingga analisis rasional adalah proses utama yang dilakukan dalam analisis validitas isi.
2. Validitas konstruk, yaitu Validitas konstruk adalah sebuah gambaran yang menunjukkan sejauhmana alat ukur itu menunjukkan hasil yang sesuai dengan teori.
3. Validitas kriteria, yaitu mengaitkan alat ukur dengan alat ukur lain sebagai kriteria, apakah alat ukur itu bisa dijelaskan hasil korelasinya dengan dengan kriterianya berdasarkan teori yang ada.

b. Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Reliabilitas menyangkut seberapa jauh skor deviasi individu, atau skor-z, relatif

konsisten apabila dilakukan pengulangan dengan tes yang sama atau tes yang ekuivalen. Konsep reliabilitas dalam arti alat ukur berkaitan erat dengan masalah kekeliruan pengukuran. Kekeliruan pengukuran sendiri menunjukkan sejauh mana inkonsistensi hasil pengukuran apabila dilakukan pengukuran ulang terhadap subyek yang sama. Sedangkan konsep reliabilitas dalam arti hasil ukur berkaitan erat dengan kekeliruan dalam pengambilan sampel yang mengacu pada inkonsistensi hasil ukur apabila pengukuran dilakukan ulang pada kelompok yang berbeda (Putra, 2019).

2.8 Skala Likert

Skala likert adalah skala pengukuran yang dikembangkan oleh Likert (1932). Skala likert mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor/nilai yang merepresentasikan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Dalam proses analisis data, komposit skor, biasanya jumlah atau rata-rata, dari semua butir pertanyaan dapat digunakan. Penggunaan jumlah dari semua butir pertanyaan valid karena setiap butir pertanyaan adalah indikator dari variabel yang direpresentasikannya. Skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan, sangat setuju, setuju, tidak memutuskan, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Santika dan Mustaji, 2022). Kemudahan penggunaan skala likert menyebabkan skala ini lebih banyak digunakan oleh peneliti. Misalnya menggunakan skala likert untuk mengukur perilaku kerjasama individu yaitu dengan mengukur variabel ideologi, perspektif, pelatihan pribadi, dan pelatihan orang lain (Fajri, 2019)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan segala sesuatu yang mencakup tentang rencana menyeluruh dari berjalannya sebuah penelitian mulai dari identifikasi permasalahan, pengolahan data sampai pada analisis akhir data yang selanjutnya didapatkan hasil dan disimpulkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang sudah ditetapkan.

Rancangan penelitian ini menggunakan observasi deskriptif dengan pendekatan studi kasus di Kedai Kinetik. Ruang lingkup penelitian ditentukan berdasarkan hasil dari observasi diawal. Berikutnya menggunakan kuantitatif yang bertujuan untuk mengolah data yang bersifat numerik. Dimana peneliti akan melakukan perubahan data kualitatif menjadi data kuantitatif, kemudian data kuantitatif yang dihasilkan akan digunakan untuk melakukan pengolahan data kuantitatif selanjutnya secara statistik.

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang digunakan untuk mengetahui nilai tingkat kepuasan dan proses pembobotan terhadap perspektif hasil kinerja yang diberikan Kedai Kinetik kepada konsumen. Mengukur tingkat kepuasan pengunjung menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Pembobotan ini menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan penentuan skor kinerja dalam pembobotan ini menggunakan skala *likert*. Setelah didapatkan hasil dari perhitungan ini kemudian dianalisa untuk menghasilkan solusi dari permasalahan yang terdapat di Kedai Kinetik.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tahap awal dari penelitian untuk dapat mempermudah penelitian dan mampu memecahkan permasalahan yang ada di tempat penelitian tersebut. Waktu penelitian adalah jarak waktu yang dilakukan

pada saat penelitian dimulai dan penelitian berakhir. Berikut lokasi dan waktu yang dilakukan pada penelitian kali ini.

Tempat : Kedai Kinetik
Alamat : Jl. KH. Sholeh Ali, No. 113, Sukasari, Kec.Tangerang
Waktu : 3 Bulan

3.3 Cara Pengambilan Data

Penelitian ini dibutuhkan data berupa data primer dan data sekunder untuk membantu dalam pemecahan masalah yang ada dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer dipenelitian ini adalah data yang menggambarkan kondisi kinerja dari Kedai Kinetik terhadap pelanggan. Data ini didapatkan dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah berkunjung ke Kedai Kinetik. Kuesioner tersebut merupakan kuesioner tertutup sehingga pelanggan hanya menjawab berdasarkan pilihan jawaban yang telah disediakan.

2. Data Sekunder

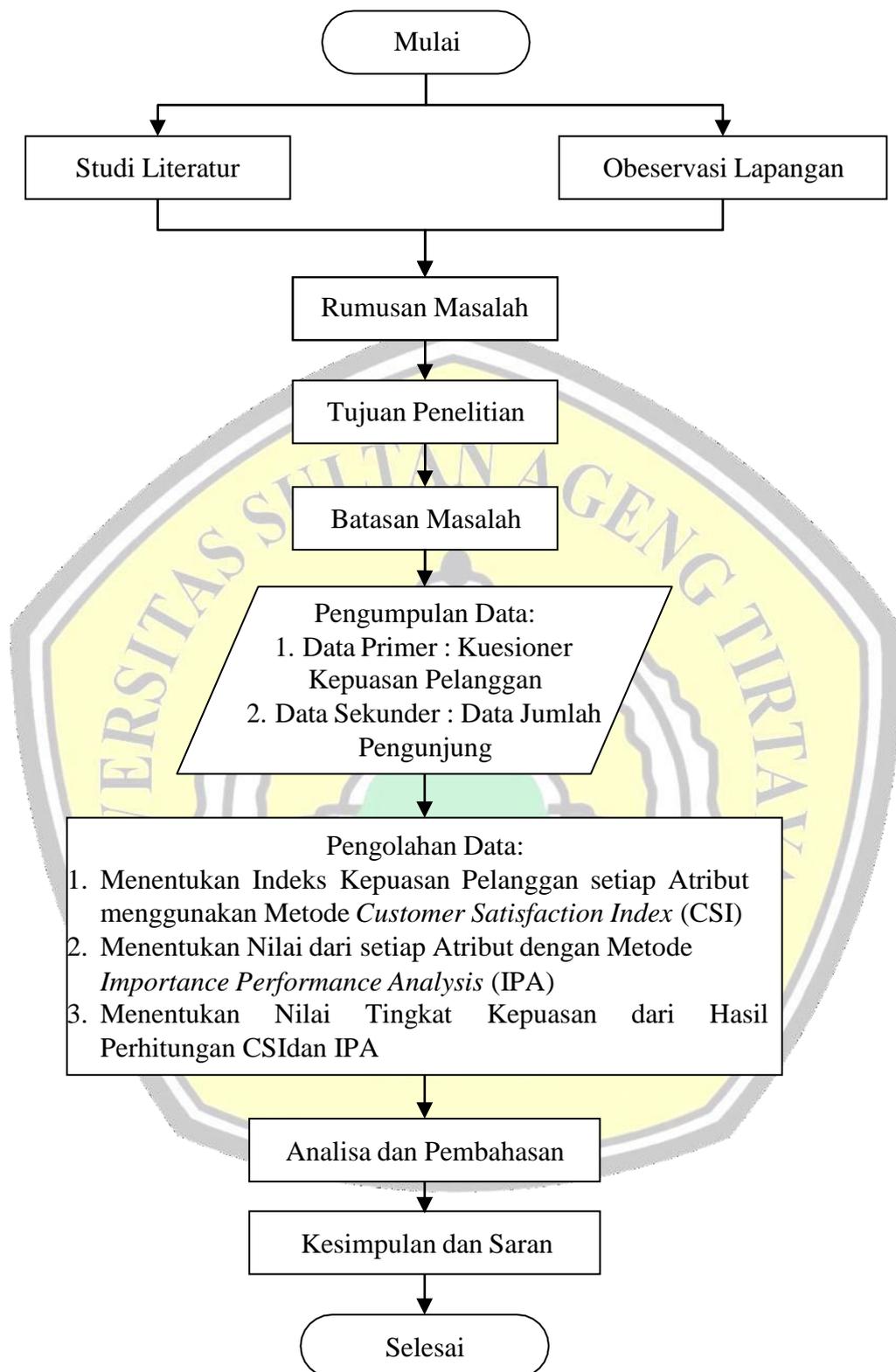
Data sekunder pada penelitian ini adalah data yang dianggap relevan dengan ruang lingkup penelitian. Data tersebut dapat berupa hasil dari studi literatur atau referensi dan data mengenai Kedai Kinetik yang merupakan objek penelitian.

3.4 Alur Penelitian

Berikut ini merupakan diagram alir dari penelitian yang dilakukan di Kedai Kinetik:

3.4.1 *Flowchart* Penelitian Umum

Berikut ini merupakan *flowchart* penelitian pada Kedai Kinetik.

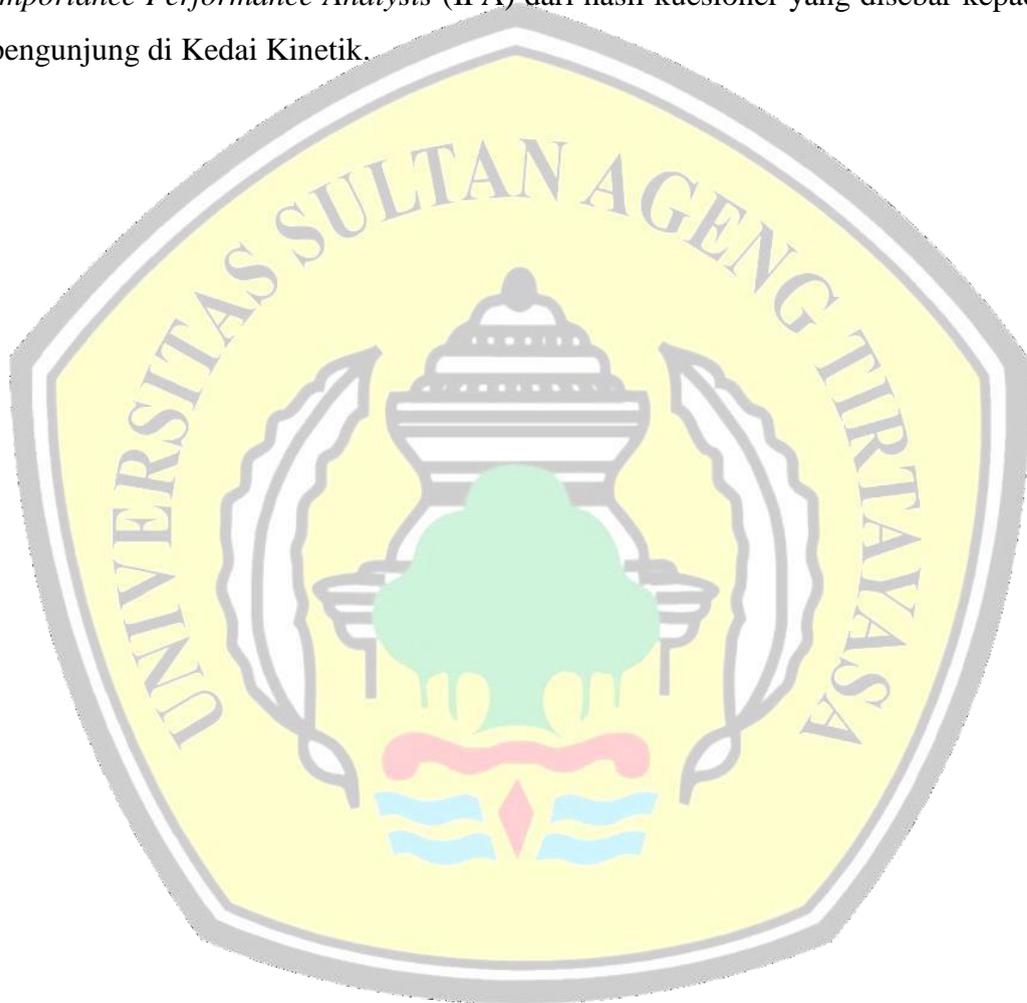


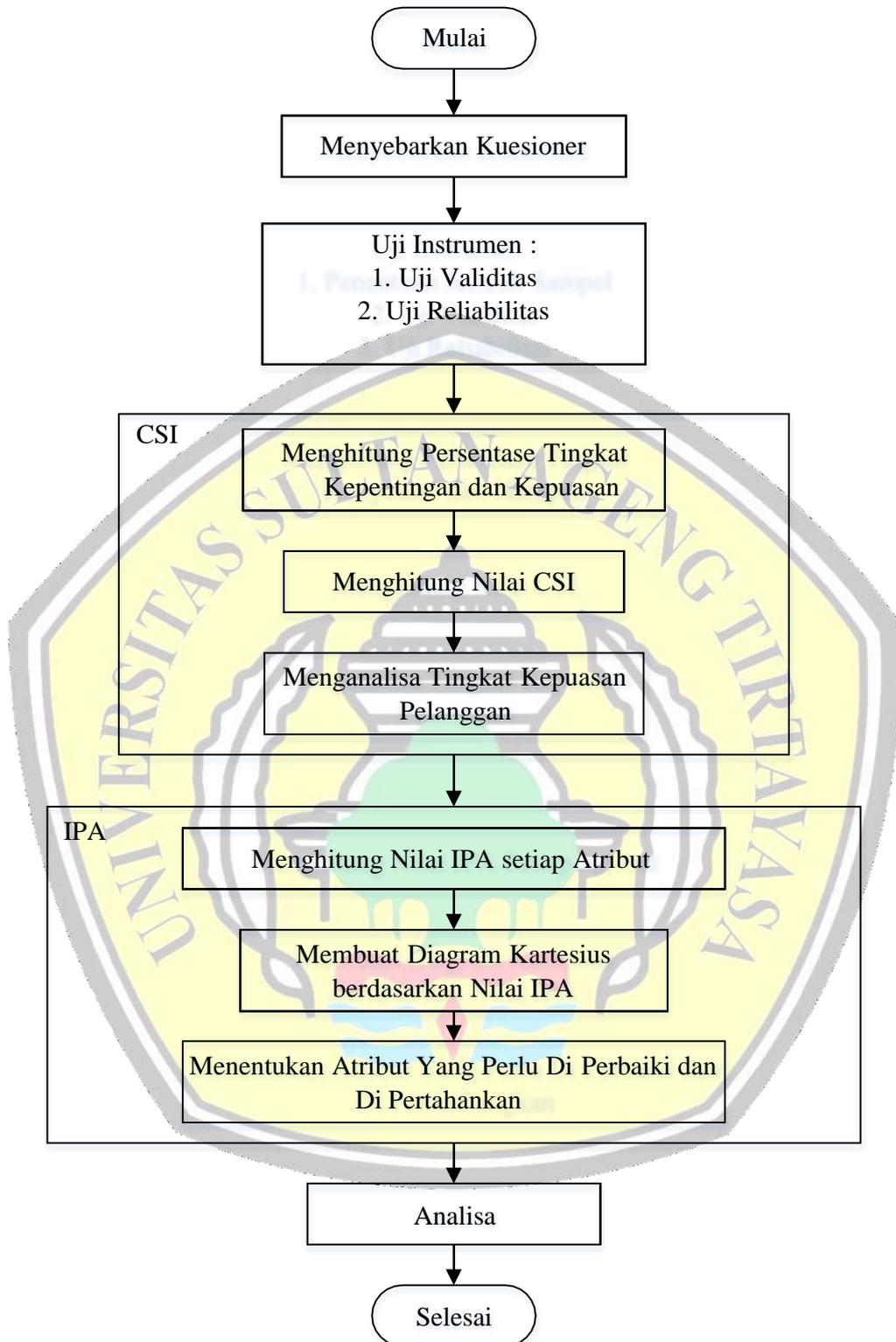
Gambar 1. *Flowchart* Penelitian Umum

Gambar diatas merupakan *flowchart* penelitian umum yang dilakukan pada Kedai Kinetik. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara dan penyebaran kuesioner kepada konsumen di Kedai Kinetik.

3.4.2 *Flowchart* Pengolahan Data

Berikut ini merupakan *flowchart* pengolahan data yang terdiri dari perhitungan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dari hasil kuesioner yang disebar kepada pengunjung di Kedai Kinetik.





Gambar 2. Flowchart Pengolahan Data

Gambar diatas merupakan *flowchart* dari pengolahan data menggunakan metode CSI dan IPA pada Kedai Kinetik.

3.5 Deskripsi Pemecahan Masalah

Berikut merupakan deskripsi dari *flowchart* pemecahan masalah yang terdiri dari *flowchart* penelitian umum dan *flowchart* pengolahan data berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Kedai Kinetik.

3.5.1 Deskripsi *Flowchart* Penelitian Umum

Berikut merupakan deskripsi dari *flowchart* penelitian umum.

1. Mulai

Mulai merupakan tahap pertama dalam penelitian yang menunjukkan awal kegiatan dari aliran proses. Pada tahap ini, peneliti mulai merencanakan objek yang akan diteliti berdasarkan permasalahan yang terjadi dan rencana yang akan dilakukan pada penelitian ini.

2. Observasi

Pada tahap ini adalah sebuah pengenalan bagaimana kondisi dilapangan atau tempat yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian. Observasi ini bertujuan untuk mengetahui beberapa informasi terkait jumlah banyak pengunjung dalam kurun waktu tertentu, penghasilan yang diterima ditempat tersebut dalam kurun waktu tertentu, mengetahui populasi yang mengunjungi tempat tersebut, dan perilaku dari pengunjung. Dari observasi ini diperoleh latar belakang masalah yang menjadi gambaran dan diangkat menjadi suatu permasalahan yang akan diteliti.

3. Studi Literatur

Peneliti melakukan studi literatur untuk dijadikan dasar teori berdasarkan literatur yang dapat dipertanggungjawabkan pada sumber tertulis seperti buku, artikel ilmiah, jurnal maupun penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan yang akan diselesaikan.

4. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini, masalah yang akan dibahas diperoleh dari observasi yang dilakukan dilapangan. Adapun masalah yang akan dibahas adalah tingkat kepuasan yang diterima pengunjung, faktor apa sajakah yang perlu diperbaiki dan perlu dipertahankan, serta usulan langkah perbaikan yang

tepat untuk memaksimalkan tingkat kepuasan pengunjung di Kedai Kinetik.

5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan tujuan yang ingin dicapai dalam menyelesaikan permasalahan yang terdapat pada rumusan masalah pada penelitian ini yang dilakukan di Kedai Kinetik.

6. Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan suatu batasan yang diberikan pada saat membahas penelitian yang dilakukan.

7. Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses yang dilakukan untuk menunjang penelitian dengan mengumpulkan data-data ditempat penelitian. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yaitu:

a. Data Primer

Terdiri dari data-data mengenai kuesioner kepuasan pelanggan dimana pertanyaan yang terdapat didalamnya berdasarkan kondisi nyata atau kondisi aktual yang terdapat pada tempat objek penelitian.

b. Data Sekunder

Terdiri dari data-data mengenai jumlah pengunjung pada Kedai Kinetik sejak bulan Desember tahun 2021 hingga bulan Februari tahun 2022.

8. Pengolahan Data

Setelah mengumpulakan data-data yang diperlukan untuk penelitian, kemudian akan dilakukan pengolahan data dan memperoleh tujuan sebagai berikut:

a. Menentukan indeks kepuasan pelanggan setiap atribut menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

b. Menentukan nilai dari setiap atribut dengan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*.

c. Menentukan nilai hasil dari tingkat kepuasan dari hasil perhitungan yang telah diperoleh dengan metode CSI dan IPA

9. Analisa dan Pembahasan

Pada tahap ini akan menganalisa dan membahas hasil yang sudah diperoleh dari pengolahan data menggunakan metode CSI dan IPA ini. Dari hasil tersebut yang kemudian akan muncul atribut ataupun faktor apa saja yang akan dibahas dan dijadikan kesimpulan serta saran.

10. Kesimpulan dan Saran

Setelah menganalisa dan membahas dari hasil yang sudah ditemukan, kemudian akan dijadikan suatu kesimpulan yang dimana akan mengetahui tingkat kepuasan dan harapan dari pengunjung terhadap Kedai Kinetik serta atribut atau faktor apa saja yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan kinerjanya.

11. Selesai

Selesai merupakan tahap akhir pada penelitian yang menggambarkan bahwa penelitian mengenai evaluasi teknologi telah selesai dilaksanakan.

3.5.2 Deskripsi *Flowchart* Pengolahan Data

Berikut ini merupakan deskripsi *flowchart* pengolahan data yang telah tercantum diatas:

1. Mulai

Mulai merupakan tahap pertama dalam penelitian yang menunjukkan awal kegiatan pada penelitian ini. Pada tahap ini, peneliti mulai menyiapkan data apa saja yang diperlukan pada penelitian

2. Menyebarkan Kuesioner

Tahap ini merupakan penyebaran kuesioner kepada pengunjung Kedai Kinetik untuk mengetahui tingkat kepuasan dari segi kepentingan dan harapan pengunjung tentang Kedai Kinetik.

3. Uji Instrumen

Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner yang disebar, tahap berikutnya adalah melakukan uji instrument atas hasil kuesioner yang telah diisi oleh para pengunjung Kedai Kinetik. Uji Instrumen tersebut terdiri dari:

Tahap ini merupakan pengolahan dari hasil kuesioner yang telah disebarakan kepada konsumen di Kedai Kinetik. Perhitungan ini dilakukan untuk mengukur kualitas pelayanan dari Kedai Kinetik dengan metode IPA.

8. Membuat Diagram Kartesius Berdasarkan Nilai IPA

Setelah mendapatkan hasil dari tingkat kinerja dari setiap atribut. Kemudian hasil tersebut dimasukan kedalam sebuah diagram kartesius yang kemudian kita akan mengetahui bagaiman performansi dari kinerja Kedai Kinetik dengan melihat hasil dari setiap atribut berada pada masing-masing kuadran.

9. Menentukan Atribut yang Perlu Diperbaiki dan Dipertahankan

Setelah melihat pada kuadran berapa saja atribut yang ada, kemudian dianalisa dan ditentukan atribut mana saja yang perlu untuk dilakukan langkah perbaikan guna meningkatkan nilai performansi dari Kedai Kinetik, dan atribut mana saja yang perlu dipertahankan agar tetap menjaga konsistensi dari performansi Kedai Kinetik

10. Analisa

Tahap ini menganalisa atribut mana saja yang perlu untuk dilakukan langkah perbaikan guna meningkatkan nilai performansi dari Kedai Kinetik, dan atribut mana saja yang perlu dipertahankan agar tetap menjaga konsistensi dari performansi Kedai Kinetik

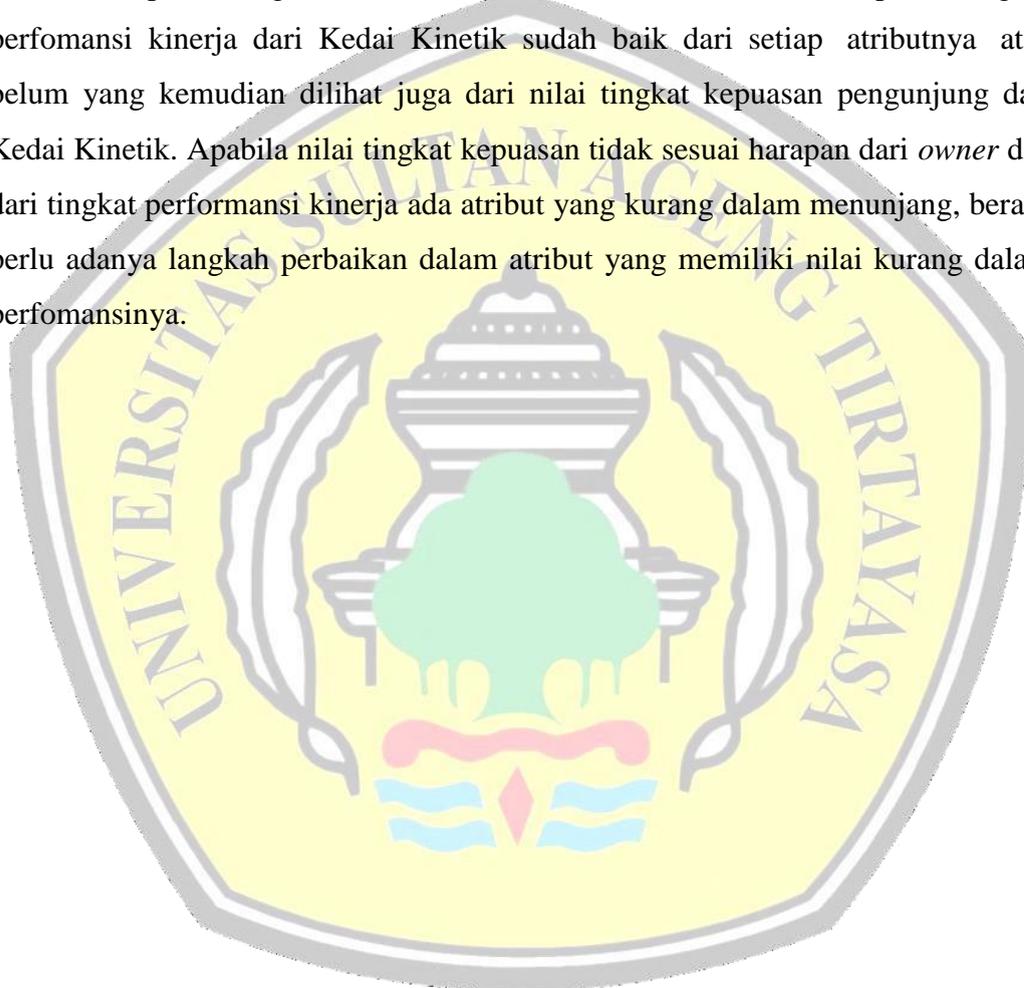
11. Selesai

Tahap akhir dari pengukuran tingkat kepuasan di Kedai Kinetik

3.6 Analisis Data

Dalam penelitian ini, menganalisis data merupakan suatu langkah yang dilakukan untuk menentukan hasil dari penelitian yang dilakukan. Langkah menganalisa data dalam penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pengunjung di Kedai Kinetik yang dimana data tersebut berupa data kuantitatif. Analisis data kuantitatif digunakan untuk memecahkan masalah yang membutuhkan verifikasi dengan menggunakan data

dari hasil pengukuran yang telah dilakukan terkait tingkat performa dari kinerja Kedai Kinetik dan tingkat kepuasan dari kepentingan dan harapan yang dirasakan oleh pengunjung di Kedai Kinetik. Pengukuran nilai tingkat performa dari kinerja ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan juga pengukuran tingkat kepuasan dari kepentingan dan harapan terhadap pelayanan di Kedai Kinetik menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Dari kedua hasil perhitungannya kemudian dianalisis dan dilihat apakah tingkat performansi kinerja dari Kedai Kinetik sudah baik dari setiap atributnya atau belum yang kemudian dilihat juga dari nilai tingkat kepuasan pengunjung dari Kedai Kinetik. Apabila nilai tingkat kepuasan tidak sesuai harapan dari *owner* dan dari tingkat performansi kinerja ada atribut yang kurang dalam menunjang, berarti perlu adanya langkah perbaikan dalam atribut yang memiliki nilai kurang dalam performansinya.



BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan segala sesuatu yang dikumpulkan untuk menunjang penelitian ini. Hal ini untuk membantu peneliti dalam mendapatkan hasil dari apa yang tengah diteliti. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan atau konsumen Kedai Kinetik secara *cross sectional*. Pengumpulan data dalam penelitian kali ini dilakukan pada konsumen Kedai Kinetik. Kuesioner yang dinyatakan sah adalah kuesioner yang diisi sesuai dengan petunjuk yang telah diberikan pada lembar kuesioner, tidak ada pernyataan dalam kuesioner yang kosong atau tidak diisi oleh responden, serta tidak ada jawaban yang ganda pada setiap pernyataan.

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang terdapat dalam kuesioner serta beberapa data pendukung lainnya. Data diambil dengan menggunakan kuesioner sesuai dengan jumlah penentuan sampel yang kemudian akan dilakukan uji kecukupan data, uji validitas, uji reliabilitas yang nantinya akan diolah menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) dan diagram kartesius. Data yang diperoleh pada penelitian ini adalah hasil *survey* yang dilakukan dalam bentuk kuesioner metode CSI (*Customer Satisfaction Index*). Berikut ini merupakan data hasil rekapitulasi jawaban responden terhadap jawaban kuesioner metode CSI (*Customer Satisfaction Index*).

Tabel 2. Data Hasil Kuesioner Kepuasan Dengan Metode CSI

No	Hasil Kuesioner																										
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27
1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	2	2	2	4	2	4	3	3	1	2	4	3	3	1	3	2	2	4	5	5	3	3	3	5	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	5	4	4	3	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
.																											
.																											
99	2	4	2	2	3	3	2	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4	4
100	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	3	5
ΣX	416	411	410	427	423	433	421	432	423	416	418	422	413	422	425	379	411	426	411	418	425	414	419	420	383	397	421

Tabel di atas merupakan data hasil kuesioner untuk kepuasan dengan metode CSI (*Costumer Satisfaction Index*) dengan jumlah sampel 100 untuk dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut ini merupakan data hasil kuesioner untuk kepentingan dengan metode CSI (*Costumer Satisfaction Index*):

Tabel 3. Data Hasil Kuesioner Kepentingan Dengan Metode CSI
Hasil Kuesioner

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	
1	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	5	5	4	5	3	4	
2	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	
5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	
6	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	
.																												
.																												
99	5	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	
100	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	3	5	
ΣX	482	440	438	475	440	447	462	444	433	437	447	448	437	440	441	429	428	435	438	434	435	435	440	435	416	433	441	

Tabel di atas merupakan data hasil kuesioner kepentingan menggunakan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) dengan jumlah sampel 100 untuk dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

4.1.1 Atribut

Dalam penyebaran kuesioner yang telah dibuat, terdapat pernyataan kuesioner kepuasan dan kepentingan pelanggan terhadap produk. Berikut merupakan tabel pernyataan kuesioner kepuasan pelanggan terhadap Kedai Kinetik.

Tabel 4. Atribut

No	DIMENSI	ATRIBUT
1	<i>Reliability</i>	Bagaimana variasi makanan di Kedai Kinetik
2		Bagaimana cita rasa makanan di Kedai Kinetik
3		Bagaimana konsistensi makanan setiap penyajian di Kedai Kinetik
4		Bagaimana variasi minuman di Kedai Kinetik
5		Bagaimana cita rasa minuman di Kedai Kinetik
6		Bagaimana konsistensi minuman setiap penyajian di Kedai Kinetik
7		Bagaimana variasi menu kopi di Kedai Kinetik
8		Bagaimana cita rasa kopi di Kedai Kinetik
9		Bagaimana aroma kopi setiap penyajian Kedai Kinetik
10	<i>Assurance</i>	Bagaimana kesesuaian harga makanan dengan porsi di Kedai Kinetik
11		Bagaimana kesesuaian harga minuman dengan porsi di Kedai Kinetik
12		Bagaimana kesesuaian harga kopi dengan porsi di Kedai Kinetik
13		Bagaimana kesesuaian kualitas makanan dengan harga di Kedai Kinetik
14		Bagaimana kesesuaian kualitas minuman dengan harga di Kedai Kinetik
15		Bagaimana kesesuaian kualitas kopi dengan harga di Kedai Kinetik
16	<i>Tangibles</i>	Bagaimana ketersediaan lahan parkir di Kedai Kinetik
17		Bagaimana desain interior di Kedai Kinetik
18		Bagaimana kebersihan tempat di Kedai Kinetik
19		Bagaimana kebersihan toilet di Kedai Kinetik
20	<i>Responsiveness</i>	Bagaimana kecepatan penyajian pesanan di Kedai Kinetik
21		Bagaimana kecepatan dalam melayani konsumen di Kedai Kinetik
22		Bagaimana perilaku karyawan dalam melayani konsumen di Kedai Kinetik
23		Bagaimana pengetahuan karyawan terhadap menu yang ada di Kedai Kinetik
24		Bagaimana Kenyamanan konsumen pada saat mereka di Kedai Kinetik
25	<i>Tangibles</i>	Bagaimana penggunaan sosial media Kedai Kinetik
26		Bagaimana potongan harga di Kedai Kinetik
27		Bagaimana kondisi suhu ruangan di Kedai Kinetik

Tabel di atas menjelaskan bahwa terdapat 27 atribut penilaian kepuasan pelanggan di Kedai Kinetik. Terdapat 4 dimensi yang berbeda pada penyebaran pernyataan kuesioner kepuasan pelanggan pada Kedai Kinetik, diantaranya yaitu

dimensi *Reliability*, dimensi *Assurance*, dimensi *Tangibles* dan dimensi *Responsiveness*. Dari setiap dimensi tersebut masing-masing dibagi ke dalam beberapa atribut yang berbeda. Atribut yang ada pada tiap dimensi mencerminkan kualitas yang diinginkan konsumen pada Kedai Kinetik

4.2 Pengolahan Data

Pada penelitian ini menggunakan beberapa tahapan dalam melakukan pengolahan data. Diawali dengan uji kecukupan, uji validitas, uji reliabilitas, kemudian dilanjutkan dengan metode CSI (*Costumer Satisfaction Index*) untuk mengetahui tingkat harapan konsumen terhadap kinerja karyawan secara keseluruhan dan diagram kartesius.

4.2.1 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan terhadap kuesioner yang dibuat untuk mengetahui apakah data yang diambil sudah mewakili sampel dari populasi yang ada.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Cochran, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{Z^2 \cdot \alpha/2 \cdot P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 100$$

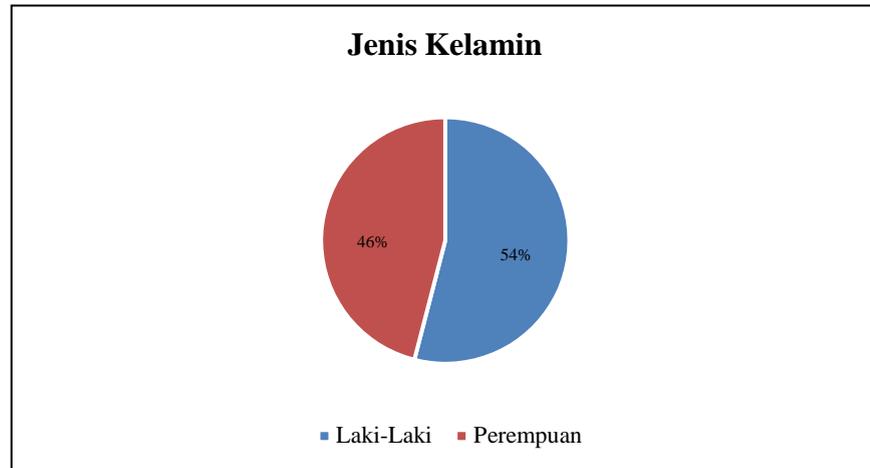
Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 responden sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

4.2.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 sampel, dari konsumen Kedai Kinetik. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar kepada responden, maka diperoleh data berupa karakteristik responden Kedai Kinetik antara lain:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:



Gambar 3. Jenis Kelamin Responden

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang disajikan dalam bentuk tabel.

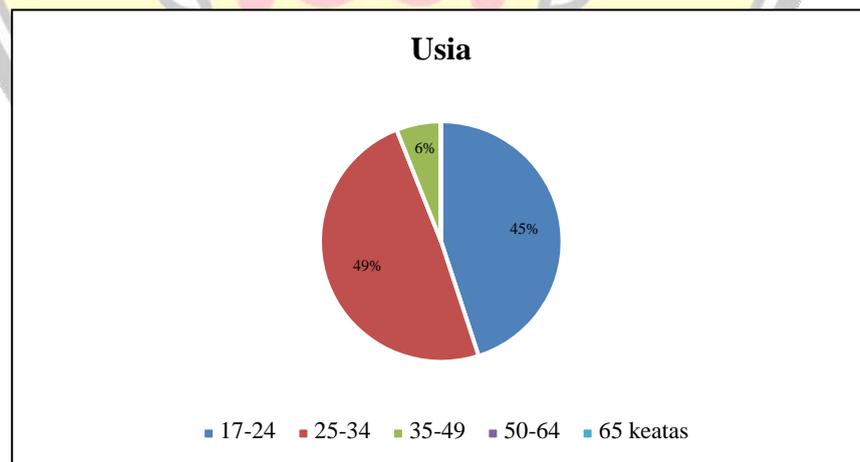
Tabel 5. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	54
Perempuan	46
Total	100

Data diatas menunjukkan bahwa responden penelitian sebagian besar berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 54 responden. Sedangkan pada responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 46.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan usia:



Gambar 4. Usia Responden

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan usia yang disajikan dalam bentuk tabel.

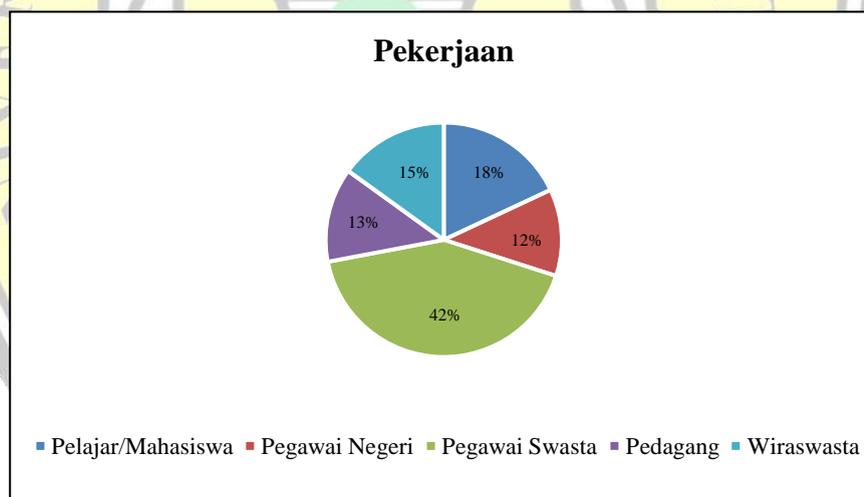
Tabel 6. Responden Berdasarkan Usia

Total	Jumlah
17-24	45
25-34	49
35-49	6
50-64	0
65 Keatas	0
Jumlah	100

Berdasarkan data diatas diketahui jumlah terbanyak dari data kuesioner yang didapat yaitu responden dengan usia 17-24 yang berjumlah 45 responden, untuk usia 25-34 sebanyak 49 responden dan usia 35-49 sebanyak 6, usia 50-64 dan 65 keatas berjumlah 0 responden.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan:



Gambar 5. Pekerjaan Responden

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan responden yang disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 7. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah
Pelajar/Mahasiswa	18
Pegawai Negeri	12
Pegawai Swasta	42
Pedagang	13
Wiraswasta	15
Total	100

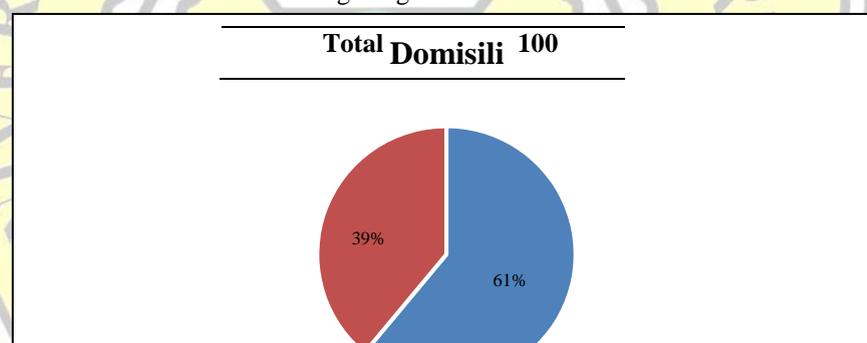
Dari data diatas, maka diketahui jumlah terbanyak dari data kuesioner yang didapat yaitu responden dengan pekerjaan pegawai swasta yang berjumlah 42 responden, untuk pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 18 responden, untuk pekerjaan pegawai negeri sebanyak 12, pedagang sebanyak 13 dan wiraswasta sebanyak 15 dengan jumlah keseluruhan 100.

Tabel 8. Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah
Tangerang	61
Luar Tangerang	39

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

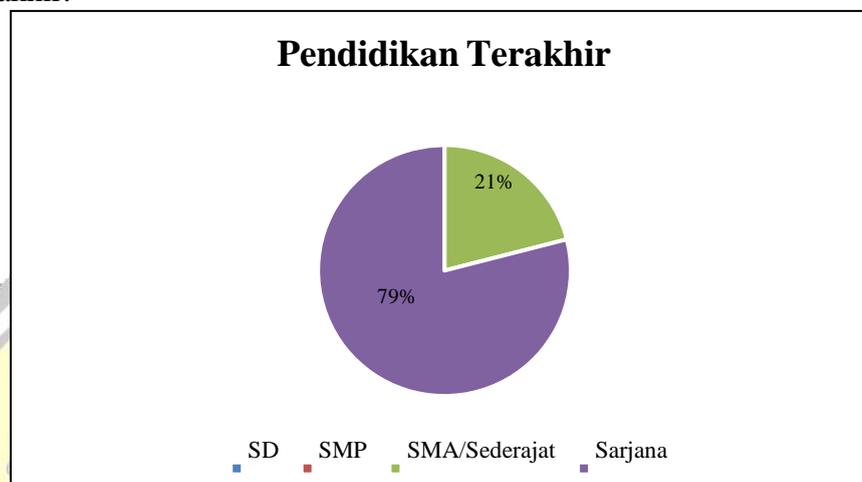
Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan domisili:



Berdasarkan data diatas diketahui jumlah domisili responden yang paling banyak yaitu di Tangerang dengan jumlah 61 responden dan yang berdomisili diluar Tangerang didapatkan jumlah 39 responden.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir:



Gambar 7. Pendidikan Terakhir Responden

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir responden yang disajikan dalam bentuk tabel.

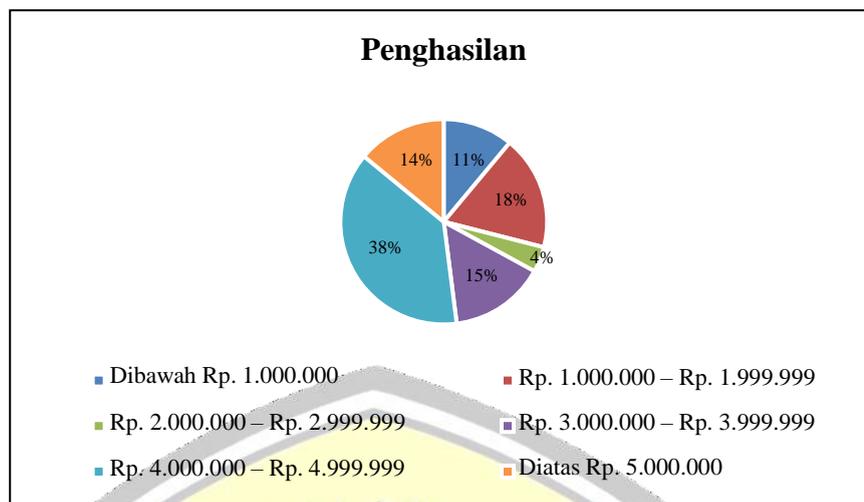
Tabel 9. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah
SD	0
SMP	0
SMA/Sederajat	21
Sarjana	79
Total	100

Data diatas berisi tentang karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang didapatkan dari 100 kuesioner yang disebarkan, terdapat 0 responden pada pendidikan terakhir SD dan SMP, sedangkan untuk SMA/ sederajat berjumlah 21 responden dan yang sarjana berjumlah 79 responden.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan penghasilan:



Gambar 8. Penghasilan Responden

Berikut merupakan data karakteristik responden berdasarkan Penghasilan responden yang disajikan dalam bentuk tabel

Tabel 10. Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah
Dibawah Rp. 1.000.000	11
Rp. 1.000.000 – Rp. 1.999.999	18
Rp. 2.000.000 – Rp. 2.999.999	4
Rp. 3.000.000 – Rp. 3.999.999	15
Rp. 4.000.000 – Rp. 4.999.999	38
Diatas Rp. 5.000.000	14
Total	100

Data diatas berisi tentang karakteristik responden berdasarkan penghasilan yang didapatkan dari 100 kuesioner yang disebarkan, terdapat 4 responden yang memiliki penghasilan Rp. 2.000.000 – Rp. 2.999.999, sedangkan didapatkan 11 responden yang memiliki penghasilan dibawah Rp. 1.000.000, untuk responden yang penghasilannya diatas Rp. 5.000.000 sejumlah 14 responden, 15 responden didapat dari responden yang penghasilannya Rp. 3.000.000 – Rp. 3.999.999, sedangkan didapatkan 18 responden yang memiliki penghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 1.999.999 dan responden yang paling banyak didapatkan di penghasilan Rp. 4.000.000 – Rp. 4.999.999 dengan responden sejumlah 38 responden.

4.2.3 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana skor / nilai / ukuran yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengukuran atau pengamatan yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan mengukur korelasi antar variabel / *item* dengan skor total variabel atau dengan kata lain untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid atau tidak. Uji validitas ini dilakukan secara manual dan dengan menggunakan *software* SPSS.

1. Uji Validitas Tingkat Kepuasan

Berikut merupakan hasil uji validitas kuesioner tingkat kepuasan responden yang didapat menggunakan perhitungan manual :

Tabel 11. Uji Validitas Tingkat Kepuasan

No	ΣX	ΣY	ΣXY	ΣX^2	$(\Sigma X)^2$	ΣY^2	$(\Sigma Y)^2$	N	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	416		38802	1798	173056				0,716		Valid
2	411		40138	1747	168921				0,733		Valid
3	410		39541	1748	168100				0,662		Valid
4	427		38977	1881	182329				0,701		Valid
5	423		39939	1849	178929				0,770		Valid
6	433		40270	1925	187489				0,787		Valid
7	421		39380	1839	177241				0,707		Valid
8	432		39035	1914	186624				0,630		Valid
9	423		39014	1835	178929				0,652		Valid
10	416		38487	1784	173056				0,595		Valid
11	418	11236	39957	1814	174724	878700	86564416	100	0,765	0,197	Valid
12	422		39411	1850	178084				0,840		Valid
13	413		40327	1765	170569				0,739		Valid
14	422		40451	1828	178084				0,771		Valid
15	425		40514	1849	180625				0,741		Valid
16	379		40614	1547	143641				0,564		Valid
17	411		39453	1755	168921				0,651		Valid
18	426		40746	1872	181476				0,752		Valid
19	411		40143	1763	168921				0,694		Valid
20	418		40736	1808	174724				0,798		Valid
21	425		41273	1865	180625				0,731		Valid

Tabel 11. Uji Validitas Tingkat Kepuasan (Lanjutan)

No	ΣX	ΣY	ΣXY	ΣX^2	$(\Sigma X)^2$	ΣY^2	$(\Sigma Y)^2$	N	Rhitung	Rtabel	Keterangan
22	414		41492	1778	171396				0,555		Valid
23	419		40573	1819	175561				0,718		Valid
24	420		39874	1818	176400				0,611		Valid
25	383		39776	1535	146689				0,556		Valid
26	397		40332	1659	157609				0,555		Valid
27	421		43224	1829	177241				0,674		Valid

Contoh Perhitungan :

$$r_{xy} = \frac{N \Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{N(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2\} \{N(\Sigma y^2) - (\Sigma y)^2\}}}$$

$$= \frac{100(39957) - (424)(9304)}{\sqrt{\{100(1860) - (179776)\} \{100(878700) - (86564416)\}}}$$

$$= 0,716$$

Untuk N = 100 dan taraf signifikansi 5% maka Rtabel = 0,197.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap atribut pernyataan tingkat kepuasan memiliki nilai Rhitung > Rtabel, sehingga dapat dikatakan kuesioner tingkat kepuasan yang dibuat dinyatakan “valid”.

2. Uji Validitas Tingkat Kepentingan

Berikut hasil uji validitas tingkat kepentingan dengan perhitungan manual:

Tabel 12. Uji Validitas Tingkat Kepentingan

No	ΣX	ΣY	ΣXY	ΣX^2	$(\Sigma X)^2$	ΣY^2	$(\Sigma Y)^2$	N	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	482		40719	2338	232324				0,199		Valid
2	440		41659	1968	193600				0,485		Valid
3	438		42380	1954	191844				0,485		Valid
4	475		41822	2279	225625				0,218		Valid
5	440		42725	1978	193600				0,569		Valid
6	447		41715	2031	199809				0,580		Valid
7	462		42159	2164	213444				0,211		Valid
8	444	11910	41525	2002	197136	918300	85564207	100	0,449	0,197	Valid
9	433		43704	1919	187489				0,504		Valid
10	437		41893	1951	190969				0,406		Valid
11	447		43122	2041	199809				0,566		Valid
12	448		42464	2042	200704				0,564		Valid
13	437		40327	1943	190969				0,481		Valid
14	440		40451	1976	193600				0,478		Valid

Tabel 12. Uji Validitas Tingkat Kepentingan (Lanjutan)

No	ΣX	ΣY	ΣXY	ΣX^2	$(\Sigma X)^2$	ΣY^2	$(\Sigma Y)^2$	N	Rhitung	Rtabel	Keterangan
15	441		40514	1983	194481				0,456		Valid
16	429		40614	1899	184041				0,444		Valid
17	428		39453	1882	183184				0,469		Valid
18	435		40746	1943	189225				0,636		Valid
19	438		40143	1964	191844				0,390		Valid
20	434		40736	1922	188356				0,564		Valid
21	435		41273	1937	189225				0,528		Valid
22	435		41492	1931	189225				0,400		Valid
23	440		40573	1976	193600				0,521		Valid
24	435		39874	1931	189225				0,541		Valid
25	416		39776	1782	173056				0,361		Valid
26	433		40332	1919	187489				0,500		Valid
27	441		43224	1983	194481				0,485		Valid

Contoh Perhitungan :

$$\begin{aligned}
 r_{xy} &= \frac{N \Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{N(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2\} \{N(\Sigma y^2) - (\Sigma y)^2\}}} \\
 &= \frac{100(40719) - (482)(11910)}{\sqrt{\{100(1943) - (189225)\} \{100(909559) - (89548369)\}}} \\
 &= 0,168
 \end{aligned}$$

Dengan R_{tabel} dapat dilihat pada tabel R statistik, dimana N = 100 dan taraf signifikansi sebesar 5% maka diperoleh nilai R_{tabel} = 0,197. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap atribut pernyataan tingkat kepuasan memiliki nilai R_{hitung} > R_{tabel}, sehingga dapat dikatakan kuesioner tingkat kepuasan yang dibuat dinyatakan “valid”.

4.2.4 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas maka selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach's* dengan nilai α sebesar 5%.

4.2.4.1 Uji reliabilitas tingkat Kepuasan

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas kuesioner tingkat kepuasan responden yang didapat menggunakan perhitungan manual :

Tabel 13. Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan

No	σ_{bj}^2	$\Sigma \sigma_{bj}^2$	σ_t^2	R
1	0,681			
2	0,584			
3	0,677			
4	0,583			
5	0,603			
6	0,506			
7	0,673			
8	0,482			
9	0,462			
10	0,540			
11	0,674			
12	0,699			
13	0,599			
14	0,476	16,913	214,516	0,957
15	0,432			
16	1,117			
17	0,665			
18	0,578			
19	0,745			
20	0,614			
21	0,593			
22	0,647			
23	0,640			
24	0,545			
25	0,688			
26	0,837			
27	0,572			

Contoh perhitungan :

$$\begin{aligned} \sigma_{bj}^2 &= \frac{(\Sigma x)^2}{K} \\ &= \frac{1860 - \frac{424^2}{100}}{100} \\ &= \frac{1860 - 179776}{100} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
&= \frac{6224}{100} \\
&= 0,681 \\
\Sigma \sigma bj^2 &= \text{Jumlah } \sigma bj^2 \\
&= 16,913 \\
\Sigma \sigma t^2 &= \frac{\Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{K}}{K} \\
&= \frac{(878700) - \frac{(9304)^2}{100}}{100} \\
&= \frac{878700 - 865644}{100} \\
&= \frac{13056}{100} \\
&= 214,516 \\
r &= \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma bj^2}{\Sigma t^2} \right) \\
&= \left(\frac{22}{21-1} \right) \left(1 - \frac{1287}{13056} \right) \\
&= 0,957
\end{aligned}$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan nilai reliabilitasnya sebesar 0,94. Berdasarkan derajat reliabilitas instrumennya, maka data kuesioner tingkat kepuasan termasuk reliabilitas tinggi. Selain menggunakan perhitungan manual dalam uji reliabilitas juga menggunakan *software* SPSS.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS :

Tabel 14. Cronbach's Alpha Tingkat Kepuasan

Cronbach's Alpha	N of Items
0,957	27

Berdasarkan hasil uji reliabilitas kuesioner tingkat kepuasan didapatkan bahwa nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,957. Nilai tersebut bisa dikatakan bahwa tingkat reliabilitas tinggi, karena masuk didalam range 0,61-0,81.

4.2.4.2 Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas kuesioner tingkat kepentingan responden yang didapat menggunakan perhitungan manual :

Tabel 15. Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

No	σ_{bj}^2	$\Sigma \sigma_{bj}^2$	σ_t^2	R
1	0,149	10,651	62,216	0,86
2	0,323			
3	0,359			
4	0,230			
5	0,424			
6	0,332			
7	0,299			
8	0,309			
9	0,446			
10	0,417			
11	0,433			
12	0,353			
13	0,336			
14	0,404			
15	0,386			
16	0,592	10,651	62,216	0,86
17	0,507			
18	0,513			
19	0,460			
20	0,388			
21	0,452			
22	0,391			
23	0,404			
24	0,391			
25	0,520			
26	0,446			
27	0,386			

Contoh perhitungan :

$$\begin{aligned} \sigma_{bj}^2 &= \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{K}}{K} \\ &= \frac{1943 - \frac{(435)^2}{100}}{100} \\ &= \frac{1943 - 1892}{100} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{51}{100} \\
 &= 0,149 \\
 \Sigma \sigma bj^2 &= \text{Jumlah } \sigma bj^2 \\
 &= 10,651 \\
 \Sigma \sigma t^2 &= \frac{\Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{K}}{K} \\
 &= \frac{(909559) - \frac{(9463^2)}{100}}{100} \\
 &= \frac{909559 - 895483}{100} \\
 &= \frac{14076}{100} \\
 &= 62,216 \\
 r &= \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\Sigma bj^2}{\Sigma t^2} \right) \\
 &= \left(\frac{22}{22-1} \right) \left(1 - \frac{15,17}{140,76} \right) \\
 &= 0,86
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan nilai reliabilitasnya sebesar 0,86. Berdasarkan derajat reliabilitas instrumennya, maka data kuesioner tingkat kepentingan termasuk reliabilitas sangat tinggi. Selain menggunakan perhitungan manual dalam uji reliabilitas juga menggunakan *software* SPSS.

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS :

Tabel 16. Cronbach's Alpha Tingkat Kepentingan

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,861	27

Berdasarkan hasil uji reliabilitas kuesioner tingkat kepentingan didapatkan bahwa nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,861. nilai tersebut bisa dikatakan bahwa tingkat reliabilitas sangat tinggi, karena masuk didalam range 0,81-1.

4.2.5 *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Berikut hasil perhitungan nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan cara perhitungan manual menggunakan Microsoft Excel.

Tabel 17. *Costumer Satisfaction Index (CSI) (Lanjutan)*

No	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kepuasan		WF	WS	CSI	Kategori
	Jumlah Nilai Y	Nilai MIS	Jumlah Nilai X	Nilai MSS				
1	482	4,82	416	4,16	4,05	16,84		
2	440	4,4	411	4,11	3,69	15,18		
3	438	4,38	410	4,1	3,68	15,08		
4	475	4,75	427	4,27	3,99	17,03		
5	440	4,4	423	4,23	3,69	15,63		
6	447	4,47	433	4,33	3,75	16,25		
7	462	4,62	421	4,21	3,88	16,33		
8	444	4,44	432	4,32	3,73	16,10		
9	433	4,33	423	4,23	3,64	15,38		
10	437	4,37	416	4,16	3,67	15,26		
11	447	4,47	418	4,18	3,75	15,69		
12	448	4,48	422	4,22	3,76	15,87		
13	437	4,37	413	4,13	3,67	15,15		
14	440	4,4	422	4,22	3,69	15,59	83,263	Sangat Puas
15	441	4,41	425	4,25	3,70	15,74		
16	429	4,29	379	3,79	3,60	13,65		
17	428	4,28	411	4,11	3,59	14,77		
18	435	4,35	426	4,26	3,65	15,56		
19	438	4,38	411	4,11	3,68	15,11		
20	434	4,34	418	4,18	3,64	15,23		
21	435	4,35	425	4,25	3,65	15,52		
22	435	4,35	414	4,14	3,65	15,12		
23	440	4,4	419	4,19	3,69	15,48		
24	435	4,35	420	4,2	3,65	15,34		
25	416	4,16	383	3,83	3,49	13,38		
26	433	4,33	397	3,97	3,64	14,43		
27	441	4,41	421	4,21	3,70	15,59		
Jumlah		119,1		112,36				

Berikut merupakan beberapa tahapan yang dilakukan dalam menghitung nilai *customer satisfaction index (CSI)* adalah:

1. Menentukan Nilai *Mean Importance Score (MIS)*

Nilai ini berasal dari jumlah nilai Y pada atribut tersebut dibagi dengan total responden. Nilai yang muncul pada Atribut 1 pada tingkat kepentingan adalah sebesar 4,82.

2. Menentukan Nilai *Weight Factor* (WF)

Weight Factor (WF) merupakan presentase nilai *Mean Importance Score* (MIS) tiap atribut terhadap total *Mean Importance Score* (MIS) seluruh atribut.

Contoh perhitungan :

$$WF = \frac{MIS}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

$$WF = \frac{4,82}{100} \times 100\% \\ = 4,05$$

3. Menentukan Nilai *Mean Satisfaction Score* (MSS)

Didapatkan dari Jumlah nilai x pada atribut tersebut dibagi dengan jumlah responden, sehingga didapatkan hasil untuk *Mean Satisfaction Score* (MSS) pada atribut 1 adalah sebesar 4,16

4. Menentukan Nilai *Weight Score* (WS)

Nilai ini merupakan perkalian antara nilai *Weight Factor* (WFi) dengan *Mean Satisfaction Score* (MSS). Contoh perhitungan :

$$MS_i = WF_i \times MSS_i = 4,05 \times 4,16 \\ = 16,84$$

5. Menghitung Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Total *Weight Score* (WS) dibagi dengan skala maksimum yang digunakan, kemudian dikali 100%. Tingkat kepuasan responden secara keseluruhan dapat dilihat dari kriteria tingkat kepuasan.

Contoh perhitungan :

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{416,32}{5} \times 100\% \\ = 83,26\%$$

Tabel 18. Klasifikasi Nilai CSI

No	Nilai Index (100%)	Kriteria
1	80% < <i>satisfaction index</i> ≤ 100%	Sangat Puas
2	60% < <i>satisfaction index</i> ≤ 80%	Puas
3	40% < <i>satisfaction index</i> ≤ 60%	Cukup Puas
4	20% < <i>satisfaction index</i> ≤ 40%	Kurang Puas
5	0% < <i>satisfaction index</i> ≤ 20%	Tidak Puas

(Sumber: Kartikawati, 2008)

Berdasarkan perhitungan *Costumer Satisfaction Index* (CSI) dan tabel 16 diatas, dapat diketahui bahwa indeks kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan mendapatkan nilai sebesar 83,26%. Nilai tersebut berada pada range $80\% < CSI \leq 100\%$ hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang diterima oleh pelanggan berada pada kategori “Sangat Puas” sesuai dengan klasifikasi nilai yang terdapat pada tabel 17.

4.2.6 *Importance Performance Analysis* (IPA)

Hasil pengolahan data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan dengan menghitung skor kepentingan kualitas produk dan pelayanan dan kepuasan responden terhadap pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kinetik. Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai tingkat kesesuaian atribut dan nilai rata-rata.

1. Tingkat Kesesuaian

Berikut merupakan hasil perhitungan tingkat kesesuaian yang telah dilakukan.

Tabel 19. Tingkat Kesesuaian

Atribut	Tingkat Kepentingan (X)	Tingkat Kepuasan (Y)
1	482	416
2	440	411
3	438	410
4	475	427
5	440	423
6	447	433
7	462	421
8	444	432
9	433	423
10	437	416
11	447	418
12	448	422
13	437	413
14	440	422
15	441	425
16	429	379
17	428	441
18	435	426
19	438	411
20	434	418

Tabel 19. Tingkat Kesesuaian (Lanjutan)

Atribut	Tingkat Kepentingan (X)	Tingkat Kepuasan (Y)
1	482	416
2	440	411
3	438	410
4	475	427
5	440	423
6	447	433
7	462	421
8	444	432
9	433	423
10	437	416
11	447	418
12	448	422
13	437	413
14	440	422
15	441	425
16	429	379
17	428	441
18	435	426
19	438	411
20	434	418
21	435	425
22	435	414
23	440	419
24	435	420
25	416	383
26	433	397
27	441	421

Contoh Perhitungan:

$$\begin{aligned} \text{Tingkat kepentingan atribut 1} &= \text{Total Nilai Tingkat Kepentingan Atribut 1} \\ &= 482 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat kepuasan atribut 1} &= \text{Total Nilai Tingkat Kepuasan Atribut 1} \\ &= 416 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tingkat Kesesuaian (\%)} &= \frac{\text{Tingkat Kepuasan}}{\text{Tingkat Kepentingan}} \times 100\% \\ &= \frac{416}{482} \times 100\% \\ &= 86,31 \end{aligned}$$

2. Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Kepuasan

Berikut ini adalah hasil perhitungan dari rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan:

Tabel 20. Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Kepuasan

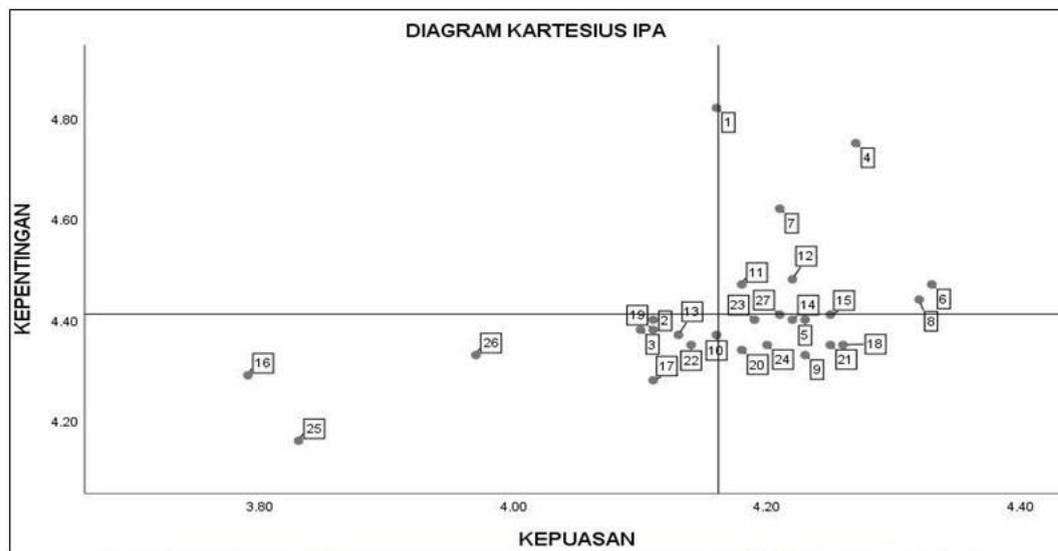
Atribut	Rata-rata Kepentingan (X)	Rata-rata Kepuasan (Y)
1	4,82	4,16
2	4,4	4,11
3	4,38	4,1
4	4,75	4,27
5	4,4	4,23
6	4,47	4,33
7	4,62	4,21
8	4,44	4,32
9	4,33	4,23
10	4,37	4,16
11	4,47	4,18
12	4,48	4,22
13	4,37	4,13
14	4,4	4,22
15	4,41	4,25
16	4,29	3,79
17	4,28	4,11
18	4,35	4,26
19	4,38	4,11
20	4,34	4,18
21	4,35	4,25
22	4,35	4,14
23	4,4	4,19
24	4,35	4,2
25	4,16	3,83
26	4,33	3,97
27	4,41	4,21

Contoh Perhitungan:

$$X = 4,82$$

4.2.7 Diagram Kartesius IPA

Berikut adalah diagram kartesius hasil dari pengolahan data dengan metode Importance Performance Analysis (IPA):



Gambar 9. Diagram Kartesius Metode IPA

a. Kuadran 1

Pada kuadran 1 ini menjadi prioritas utama dalam perbaikan. Karena atribut-atribut yang masuk kedalam kuadran 1 ini adalah atribut yang dianggap penting oleh pelanggan namun pada kepuasannya perusahaan belum maksimal memberikan pelayanan belum memuaskan atau belum sesuai dengan kepentingan pelanggan (tingkat kepentingan yang diperoleh masih rendah). Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus ditingkatkan. Adapun atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah :

- **Atribut 1** : Bagaimana menurut anda terkait variasi menu makanan di Kedai Kinetik?

b. Kuadran 2

Kuadran 2 ini memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepentingannya relatif lebih tinggi dan harus dipertahankan oleh pihak perusahaan. Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini harus tetap dipertahankan karena semua atribut ini menjadikan produk atau jasa unggul di mata

pelanggan. Adapun atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah :

- **Atribut 4** : Bagaimana menurut anda terkait variasi minuman diKedai Kinetik?
- **Atribut 6** : Bagaimana menurut anda terkait konsistensi minumansetiap penyajian di Kedai Kinetik?
- **Atribut 7** : Bagaimana menurut anda terkait variasi menu kopi diKedai Kinetik?
- **Atribut 11** : Bagaimana menurut anda terkait kesesuaian hargaminuman dengan porsi di Kedai Kinetik?
- **Atribut 12** : Bagaimana menurut anda terkait kesesuaian harga kopidengan porsi di Kedai Kinetik?
- **Atribut 14** : Bagaimana menurut anda terkait kesesuaian kualitasminuman dengan harga di Kedai Kinetik?
- **Atribut 15** : Bagaimana menurut anda terkait kesesuaian kualitas kopidengan harga di Kedai Kinetik?
- **Atribut 23** : Bagaimana menurut anda terkait pengetahuan karyawanterhadap menu yang ada di Kedai Kinetik?
- **Atribut 27** : Bagaimana menurut anda terkait kondisi suhu ruangan diKedai Kinetik?

c. Kuadran 3

Pada kuadran 3 ini merupakan daerah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan kinerjanya tidak terlalu istimewa atau belum memuaskan.

Peningkatan atribut-atribut pada kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- **Atribut 2** : Bagaimana menurut anda terkait cita rasa makanan diKedai Kinetik?
- **Atribut 3** : Bagaimana menurut anda terkait konsistensi makanansetiap penyajian di Kedai Kinetik?
- **Atribut 10** : Bagaimana menurut anda terkait kesesuaian hargamakanan dengan porsi di Kedai Kinetik?
- **Atribut 13** : Bagaimana menurut anda terkait kesesuaian kualitasmakanan dengan harga di Kedai Kinetik?
- **Atribut 16** : Bagaimana menurut anda terkait ketersediaan lahan parkir di Kedai Kinetik?
- **Atribut 17** : Bagaimana menurut anda terkait desain interior di KedaiKinetik?
- **Atribut 19** : Bagaimana menurut anda terkait kebersihan toilet diKedai Kinetik?
- **Atribut 22** : Bagaimana menurut anda terkait perilaku karyawan dalam melayani konsumen di Kedai Kinetik?
- **Atribut 25** : Bagaimana menurut anda terkait penggunaan sosial mediaKedai Kinetik?
- **Atribut 26** : Bagaimana menurut anda terkait potongan harga di KedaiKinetik?

d. Kuadran 4

Kuadran 4 ini memuat atribut-atribut yang dianggap

kurang penting oleh pelanggan, namun pihak perusahaan dirasakan dalam memberikan pelayanan sudah sangat baik sehingga pelanggan merasa puas dan kuadran ini masuk dalam kategori berlebihan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- **Atribut 5** : Bagaimana menurut anda terkait cita rasa minuman di Kedai Kinetik?
- **Atribut 8** : Bagaimana menurut anda terkait cita rasa kopi di Kedai Kinetik?
- **Atribut 9** : Bagaimana menurut anda terkait aroma kopi setiap penyajian di Kedai Kinetik?
- **Atribut 18** : Bagaimana menurut anda terkait kebersihan tempat di Kedai Kinetik?
- **Atribut 20** : Bagaimana menurut anda terkait kecepatan penyajian pesanan di Kedai Kinetik?
- **Atribut 21** : Bagaimana menurut anda terkait kecepatan dalam melayani konsumen di Kedai Kinetik?

- **Atribut 24** : Bagaimana menurut anda terkait kenyamanan konsumen pada saat mereka di Kedai Kinetik?



BAB V

ANALISA DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan baik senang maupun kecewa setelah membandingkan sebuah produk atau jasa yang telah diterima dan diharapkan (Zulkarnaen, 2018). Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas suatu produk atau pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan adalah sebuah upaya pemenuhan kebutuhan serta keinginan pelanggan dalam mengimbangi kepentingan pelanggan (Triana dkk, 2017). Suatu usaha harus memahami dengan tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan dengan memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan mengetahui seberapa besar kepentingan pelanggan mengenai suatu atribut produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja suatu produk dan layanan yang diberikan.

Pada penelitian ini, dilakukan perhitungan tingkat kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode CSI. Menurut Yusa dan Ajeng (2019) CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja pelayanan dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut produk atau jasa yang diberikan. Menurut Angraini dkk (2015), metode CSI memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan metode lain diantaranya; efisiensi, mudah digunakan dan sederhana serta menggunakan skala yang memiliki sensitivitas cukup tinggi. Nilai CSI pada penelitian ini diperoleh hasil sebesar 83,263% yang termasuk dalam kategori sangat puas. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa sangat puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh Kedai Kinetik. Akan tetapi, nilai hasil CSI tersebut belum mencapai 100%. Hal ini dikarenakan masih terdapat atribut kepuasan pelanggan yang berada pada kuadran I, yaitu “terkait variasi menu makanan” yang mana menjadi prioritas utama untuk

diperbaiki serta atribut pada kuadran III, yaitu “cita rasa minuman”, “aroma kopi saat disajikan”, “kesesuaian kualitas minuman dengan harga”, “kesesuaian kualitas kopi dengan harga”, “kebersihan tempat”, “kecepatan penyajian”, “kecepatan melayani konsumen”, “pengetahuan karyawan terhadap menu”, “kenyamanan konsumen”, “kondisi suhu ruangan”. Hal ini sejalan dengan penelitian Raharjo dan Sulistyarningsih (2021) yang meneliti tentang analisis kepuasan pelanggan kafe waroeng kopi kayumas. Hasil analisa penelitian tersebut diperoleh nilai CSI sebesar 83,42% yang menginterpretasikan bahwa pelanggan kafe waroeng kopi kayumas merasa sangat puas dengan produk dan pelayanan di kafe waroeng kopi kayumas. Nilai maksimal dari Customer Satisfaction Index (CSI) adalah 100%. Hal ini berarti masih ada kekurangan yang harus diperbaiki dari atribut Waroeng Kopi Kayumas sebesar 16,68%. Adapun nilai CSI yang belum mencapai 100% dapat diperbaiki melalui tinjauan terhadap penilaian atribut pada kuadran di perhitungan IPA.

5.2 Analisa Atribut Prioritas

Pada penelien ini, dilakukan identifikasi pada atribut-atribut produk atau pelayanan yang dibutuhkan untuk menampilkan informasi yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dengan menggunakan metode IPA. Metode IPA merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelayanan jasa. Pada metode IPA, diperlukan pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa puas kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan dan seberapa besar perusahaan memahami keinginan pelanggan terhadap jasa yang diberikan (Indrajaya, 2018). Hasil perhitungan metode IPA pada penelitian ini diinterpretasikan ke dalam diagram kartesius. Menurut Suhermi dkk, (2019) diagram kartesius berfungsi untuk memetakan nilai skor rata-rata kinerja dimana sumbu datar (X) diisi oleh skor tingkat persepsi/kepuasan, sedangkan sumbu tegak (Y) diisi oleh skor kepentingan/kepentingan.

Pada diagram kartesius dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa atribut yang perlu ditingkatkan terdapat pada kuadran A, yaitu atribut I mengenai “variasi menu makanan”. Hal ini dapat diartikan bahwa responden atau pelanggan menganggap atribut tersebut penting dan menjadi prioritas utama untuk dilakukan

perbaikan atau peningkatan. Selain itu diketahui bahwa atribut yang perlu dipertahankan berada pada kuadran II. Atribut-atribut tersebut dianggap sangat penting dan kinerjanya sesuai dengan kepentingan pelanggan. Adapun atribut-atribut yang termasuk ke dalam kuadran II dan termasuk dalam kategori perlu dipertahankan, yaitu atribut 4 “variasi minuman”, atribut 6 “konsistensi minuman”, atribut 7 “variasi menu kopi”, atribut 11 “kesesuaian harga minuman”, atribut 12 “kesesuaian harga kopi dengan porsi”, atribut 14 “kesesuaian kualitas minuman dengan harga”, atribut 15 “kesesuaian kualitas kopi dengan harga”, atribut 23 “pengetahuan karyawan terhadap menu” atribut 27 “kondisi suhu ruangan”. Selain atribut yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan, terdapat beberapa atribut lainnya yang terdapat pada kuadran III dan kuadran IV. Pada kuadran III, atribut tersebut dianggap penting akan tetapi kinerjanya tidak terlalu istimewa. Atribut pada kuadran III diantaranya yaitu atribut 2 “cita rasa makanan”, atribut 3 “konsistensi makanan”, atribut 10 “kesesuaian harga makanan dengan porsi”, atribut 13 “kesesuaian kualitas makanan dengan harga”, atribut 16 “ketersediaan lahan parkir”, atribut 17 “desain interior”, atribut 19 “kebersihan toilet”, atribut 22 “perilaku karyawan dalam melayani konsumen”, atribut 25 “penggunaan sosial media”, atribut 26 “potongan harga”. Pada kuadran IV terdapat beberapa atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa atau belum memuaskan diantaranya atribut 5 “cita rasa minuman”, atribut 8 “cita rasa kopi”, atribut 9 “aroma kopi”, atribut 18 “kebersihan tempat”, atribut 20 “kecepatan penyajian pesanan”, atribut 21 “kecepatan dalam melayani konsumen”, atribut 24 “kenyamanan konsumen”.

Hal ini sejalan dengan penelitian Diwanggoro dkk (2017) yang meneliti tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas kopi dan kualitas pelayanan di kafe kopi. Pada penelitian tersebut, atribut yang menjadi prioritas utama yaitu rasa, *after taste*, dan *sweetness*. Atribut tersebut merupakan atribut yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan.

5.3 Analisa Langkah Perbaikan

Dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, diperlukan langkah perbaikan yang tepat pada setiap atribut kepuasan pelanggan. Tingkat kepuasan dapat megacu pada fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan kepentingan. Tingkat kepuasan pelanggan merupakan suatu kepentingan yang inginn diperoleh oleh pelanggan, apabila kepentingan tersebut tidak terpenuhi sesuai dengan kebutuhannya maka tidak menutup kemungkinan bahwa pelanggan akan merasa kurang puas dan mencari produk lain (Maulana, 2016). Tingkat kepuasan konsumen merupakan hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan, skor inilah yang akan menentukan skala prioritas untuk perbaikan (Yola dan Budianto, 2013). Pada penelitian ini, tingkat kesesuaian terbagi menjadi dua kategori, yaitu ketagori kurang puas dan sangat memuaskan. Terdapat 26 atribut yang termasuk kategori kurang puas, diantaranya atribut 1, atribut 2, atribut 3, atribut 4, atribut 5, atribut 6, atribut 7, atribut 8, atribut 9, atribut 10, atribut 11, atribut 12, atribut 13, atribut 14, atribut 15, atribut 16, atribut 18, atribut 19, atribut 20, atribut 21, atribut 22, atribut 23, atribut 24, atribut 25, atribut 26, dan atribut 27. Selain itu, terdapat atribut yang termasuk dalam kategori sangat memuaskan yaitu pada atribut 17 “desain interior”. Hal tersebut dapat diartikan bahwa Kedai Kinetik harus berusaha dalam meningkatkan kepuasan pelanggannya.

Tingkat kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam menjalankan sebuah usaha. Diperlukan langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini, diperlukan langkah yang tepat untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan Kedai Kinetik dengan cara melakukan perbaikan terhadap atribut yang terdapat pada kuadran prioritas utama, yaitu “variasi menu makanan”. Langkah perbaikan yang diusulkan dapat berupa melakukan inovasi terhadap menu makanan yang telah ada serta menambahkan variasi menu makanan yang baru sehingga dapat memenuhi kepentingan pelanggan yang mengakibatkan kepuasan pelanggan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian Suhermi dkk (2019) tentang metode diagram kartesius untuk melihat tingkat kepuasan pelayanan makanan di rumah

sakit. Pada penelitian tersebut, mengukur tingkat kepuasan pasien terhadap pelayanan makanan yang dilihat melalui penyajian makanan, variasi makanan, kebersihan alat dan makanan, ketepatan waktu, dan keramahan petugas. Ditemukan sebanyak 53% pasien yang menyatakan tidak puas terhadap pelayanan makanan. Rekomendasi yang diberikan adalah meningkatkan upaya pelayanan tanpa membedakan kelas perawatan dan status pasien BPJS dan non BPJS serta melakukan edukasi pelayanan kepada pasien dengan mempertimbangkan usia dan tingkat pendidikan.

Kedai Kinetik dapat mempertahankan kinerja atribut yang termasuk kedalam kuadran II diantaranya atribut 4 “variasi minuman” sehingga perlu ditambahkan lagi varian menu agar menambah minat jumlah pelanggan, atribut 6 “konsistensi minuman” sehingga perlu dilakukan konsistensi terhadap minuman yang dibuat baik dari rasa maupun kualitas, atribut 7 “variasi menu kopi” sehingga perlu ditambah lagi varian rasa kopi agar pencinta kopi lebih tertarik untuk datang, atribut 11 “kesesuaian harga minuman” sehingga perlu disesuaikan untuk harga melihat dari segi pelajar, mahasiswa dan pekerja, atribut 12 “kesesuaian harga kopi dengan porsi” sehingga perlu dipehitungkan kembali takaran yang disajikan dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan, atribut 14 “kesesuaian kualitas minuman dengan harga” sehingga diperlukan perbaikan dalam meningkatkan kualitas minuman dengan cara memilih bahan bahan yang berkualitas agar menghasilkan minuman yang berkualitas, atribut 15 “kesesuaian kualitas kopi dengan harga” langkah perbaikannya dengan cara menentukan harga dengan mempertimbangkan kualitas kopi yang digunakan sesuai selera konsumen, atribut 23 “pengetahuan karyawan terhadap menu” perbaikannya adalah dengan cara melakukan pembelajaran atau training kepada pelayan mengenai menu yang ditawarkan atribut 27 “kondisi suhu ruangan” langkah perbaikannya dengan cara menentukan suhu ruangan sesuai dengan suhu yang diperlukan, tidak terlalu dingin maupun teralul panas.

Selain pada kuadran I dan II, langkah perbaikan untuk mencapai kepuasan pelanggan yaitu dengan memperbaiki atribut yang ada pada kuadran III. Kuadran III merupakan atribut dengan prioritas rendah karena dianggap kurang penting

oleh pelanggan dan kinerjanya pada atribut ini juga kurang begitu diperhatikan karena atribut-atribut pada kuadran III merupakan atribut-atribut yang kurang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Indrajaya, 2018). Atribut pada kuadran III diantaranya, yaitu atribut 2 “cita rasa makanan” dengan langkah perbaikan selalu meningkatkan dan mempertahankan cita rasa masakan yang sudah ada, atribut 3 “konsistensi makanan” dengan langkah perbaikan selalu konsisten dan tidak menurunkan konsistensi makanan pada saat disajikan, atribut 10 “kesesuaian harga makanan dengan porsi” dengan langkah perbaikan mempertahankan harga dengan porsi makanan yang disediakan, atribut 13 “kesesuaian kualitas makanan dengan harga” dengan langkah perbaikan selalu mempertahankan dan meningkatkan kesesuaian kualitas makanan dengan harga yang diberikan, atribut 16 “ketersediaan lahan parkir” dengan langkah perbaikan mengatur parkir dan menyediakan ketersediaan lahan parkir yang memadai, atribut 17 “desain interior” dengan mempertahankan dan meningkatkan desain interior yang ada sehingga dapat menarik pelanggan, atribut 19 “kebersihan toilet” dengan senantiasa menjaga dan memberikan edukasi mengenai kebersihan toilet kepada pelanggan, atribut 22 “perilaku karyawan” dengan langkah perbaikan selalu bersikap sopan dan tepat waktu dalam melayani pelanggan, atribut 25 “penggunaan sosial media” dengan langkah perbaikan selalu melakukan promosi dan menggunakan media sosial sebagai bentuk pemasaran yang baik, dan atribut 26 “potongan harga” dengan selalu memberikan potongan-potongan harga yang sesuai agar menarik pelanggan.

Pada kuadran IV menunjukkan atribut yang dirasa kurang penting oleh pelanggan, tetapi kinerjanya dilakukan dengan baik sehingga pelanggan menilai kinerja tersebut dirasakan berlebihan (Syahputra dkk, 2020). Pada penelitian ini, atribut kuadran IV berisi atribut 5 “cita rasa minuman”, atribut 8 “cita rasa kopi”, atribut 9 “aroma kopi”, atribut 18 “kebersihan tempat”, atribut 20 “kecepatan penyajian pesanan”, atribut 21 “kecepatan dalam melayani konsumen”, atribut 24 “kenyamanan konsumen”. Hal ini berarti bahwa atribut-atribut tersebut dianggap kurang penting, tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh pihak restoran sehingga dianggap berlebihan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berikut merupakan saran yang dapat diambil dari penelitian mengenai strategi perbaikan kualitas produk dan pelayanan yang telah dilakukan yaitu:

1. Kepuasan pelanggan terkait kualitas produk dan pelayanan di Kedai Kinetik sebesar 83,26% yang termasuk dalam kategori sangat memuaskan.
2. Atribut yang perlu ditingkatkan terdapat pada kuadran 1 yaitu atribut 1. Atribut yang perlu dipertahankan terdapat pada kuadran 2 yaitu atribut 4, atribut 6, atribut 7, atribut 8, atribut 11, dan atribut 12, atribut 14, atribut 15, atribut 23, atribut 27.
3. Langkah perbaikan yang dapat dilakukan oleh Kedai Kinetik adalah dengan memperbaiki atribut yang terdapat pada kuadran I atribut 1 “Bagaimana menurut anda terkait variasi menu makanan di Kedai Kinetik?”, yaitu dengan cara memperbanyak variasi menu makanan seperti *main course*. Selain itu, Kedai Kinetik

6.2 Saran

Berikut merupakan beberapa saran yang dapat diberikan agar pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih baik lagi:

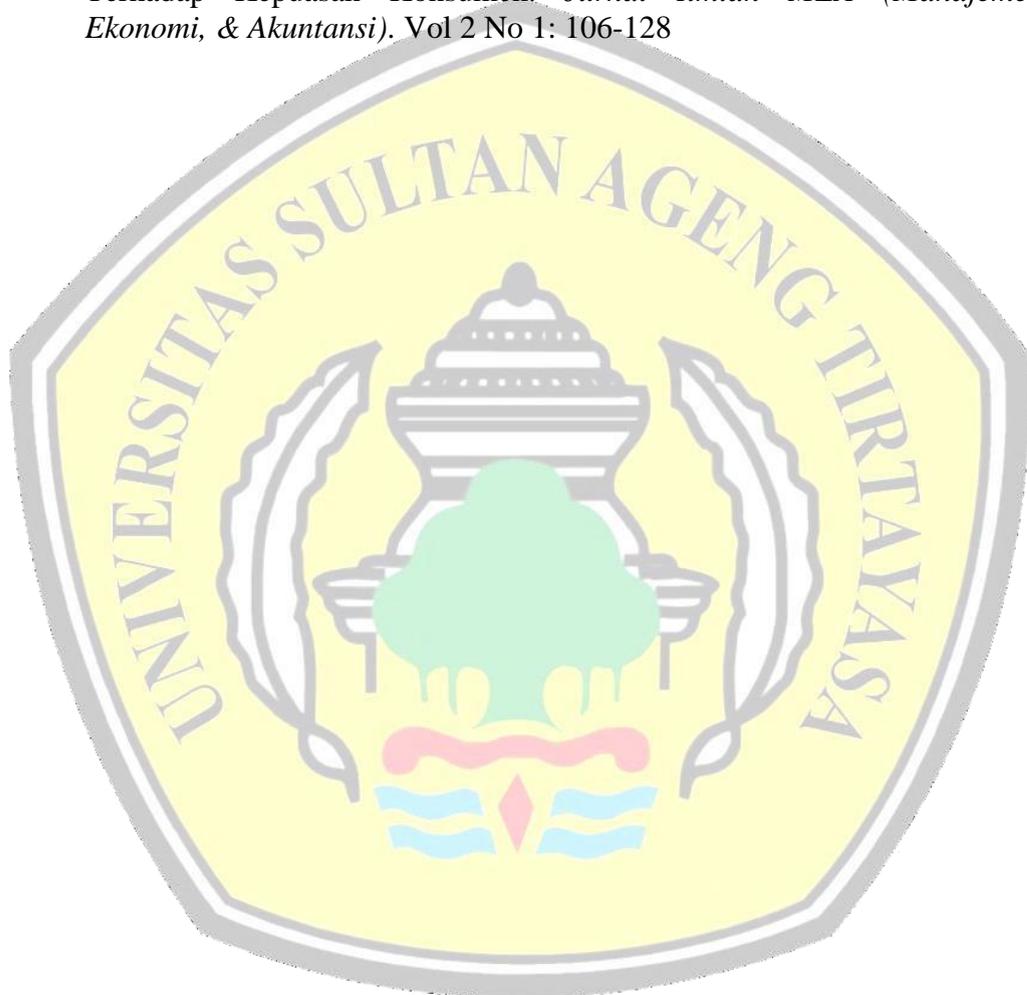
1. Melakukan perbandingan pemecahan masalah dengan menggunakan metode lain.
2. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menganalisa atribut-attribut lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan Kedai Kinetik

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L.D., Deoiranto, P & Iksari, D. M. 2015. Analisis Persepsi Konsumen menggunakan Metode Performance Analysis dan Customer Satisfaction Index. *Jurnal Industri*. Vol 4 No 2: 74 – 81.
- Azwar, S. 2005. *Dasar-Dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dany, A. A. 2016. Analisis Faktor Pengusaha Kuliner Menggunakan Jasa Iklan Instagram “Jakul Semarang” Sebagai Endorser. (*Skripsi*). Semarang: Unika Soegijapranata.
- Devani, V & Rizko, R. A. 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*. Vol 2 No 2: 24-29.
- Fajri, J. 2019. Pengaruh Pelatihan Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada PT. BPR. BDW. Yogyakarta. (*Skripsi*). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Diwanggoro, E., Eka. D & Murniati, M. M. 2017. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Kopi dan Kualitas Pelayanan di Kafe Kopi Garasi Candi Winangun Ngaglik Sleman Yogyakarta. *Journal of Culinary Education and Technology*. Vol 6 No 2: 67-78
- Hombing, W. O. B. 2015. Peningkatan Pengetahuan, Sikap, Dan Tindakan Remaja Laki-Laki Di SMK Negeri 4 Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta Tentang Antibiotika Dengan Metode CBIA (Cara Belajar Insan Aktif). (*Skripsi*). Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Indrajaya, D. 2018. Analisis kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index pada UKM gallery. *IKRA-ITH Teknologi: Jurnal Sains & Teknologi*. Vol 2 No 3: 1-6.
- Jamaludin. 2017. *Manajemen Mutu Teori dan Aplikasi pada Lembaga Pendidikan*. Jambi. Pusaka Jambi.
- Jufriyanto, M. 2020. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter. *Jurnal Manajemen dan Teknik Industri-Produksi*. Vol. 20 No 2: 79 – 90.
- Maulana, A. S. 2016. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*. Vol 7 No 2: 66-78
- Matondang, Z. 2009. Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. *Jurnal Tabularasa PPS Unimed*. Vol 6 No 1: 87-97
- Panjaitan, J. E & Yuliati, A. L. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*. Vol 11 No 2: 265-289
- Putra, F. C. 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). (Skripsi). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Putro. S. W., Samuel, H & Brahmna. R. K. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 2 No 1: 1-9
- Rafsanjani, A & Sutopo. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Untuk Menciptakan Minat Mereferensikan. *Diponegoro Journal Of Management*. Vol 6. No 1: 1-14.
- Raharjo, K. A. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* Dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* (Studi Pada Stove Syndicate Semarang). (Skripsi). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Raharjo, A. S. D., Sulistyarningsih, S & Puryantoro, P. 2021. Analisis Kepuasan Pelanggan Kafe Waroeng Kopi Kayumas. *Agribios*. Vol 19 No 1: 1-5
- Ramlawati. 2020. *Total Quality Management*. Makassar. Penerbit Nas Media Pustaka
- Rohaeni, H & Marwa, N. 2018. Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ecodemia*. Vol 2 No 2: 312-318
- Santika, D. R & Mustaji. 2022. Pengembangan Media Video Motion Graphic Pada Materi Sich Vorstellen Mata Pelajaran Bahasa Jerman Bagi Siswa Kelas X SMA Negeri 3 Bojonegoro. *Jurnal Mahasiswa Teknologi Pendidikan*. Vol 12 No 5: 77-86.
- Setiawan, E & Andayni, S. A. 2016. Analisis Kepuasan Konsumen (Suatu Kasus Pada Kedai Kopi Di Wilayah Majalengka). *Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan*. Vol 4 No 2: 138 – 148.
- Subawa, I. G. B & Sulistyawati, E. 2020. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen*. Vol 9 No 2: 718-736
- Suhermi, S., Djaali, N. A., Ama, P. G. B., & Ramun, V. 2019. Metode diagram kartesius untuk melihat tingkat kepuasan pelayanan makanan di rumah sakit. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*. Vol 11 No 2: 161-168.
- Syahputra, H., Ramadhanu, A & Bayuputra, R. 2020. Penerapan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Mengukur Kualitas Sistem Informasi Ulangan Harian. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*. Vol 1 No 4: 334-340.
- Triana, L., Pranitasari, D & Marichs, S. Z. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*. Vol 26 No 1: 105-122.
- Wijaya, P. W., Pratama, P. P. G. P & Wijaya, K. R. 2016. Implementasi Sistem Pengolahan Kuesioner Penggunaan Laboratorium STIKOM Bali. *Prosiding Semnasif*. Vol 1 No 2: 750-96
- Yesenia & Siregar, E. H. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan KFC di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*. Vol 5 No 3: 183-199

- Yusa, D. V., & Ajeng, A. M. A. 2019. Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Perpustakaan Perguruan Tinggi Swasta Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*. Vol 17 No 3: 169-176
- Yola, M dan Budianto, D. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*. Vol 12 No 12: 301-309.
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*. Vol 2 No 1: 106-128



LAMPIRAN



Lampiran 1. Tabel R

df	N	r
		<u>0,050</u>
1	3	0.997
5	7	0.754
10	12	0.576
15	17	0.482
20	22	0.423
25	27	0.381
30	32	0.349
35	37	0.325
40	42	0.304
45	47	0.288
50	52	0.273
55	57	0.261
60	62	0.250
65	67	0.240
70	72	0.232
75	77	0.224
80	82	0.217
85	87	0.211
90	92	0.205
95	97	0.200
98	100	0.197
100	102	0.195
105	107	0.190
110	112	0.186
115	117	0.182
120	122	0.178

(Sumber: Junaidi, 2010)

Lampiran 2. Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan

Responden	Tingkat Kepentingan																										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
1	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	5	5	4	5	3	4
2	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4
5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	3	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
6	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5
7	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
8	5	5	4	5	3	5	5	3	4	4	5	4	4	3	3	5	2	3	4	4	3	5	4	5	3	5	5
9	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
10	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
11	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	3	5	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5
12	4	4	5	5	4	3	3	5	3	5	4	3	5	4	3	4	5	5	5	3	4	3	4	3	3	5	5
13	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
14	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	5	4	3	4	4
15	5	4	5	4	5	4	4	5	3	5	3	5	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
16	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
17	5	3	4	5	5	3	4	5	5	3	4	3	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	4	3	3
18	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	3	3	5	4	3	5	4	5	5
19	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5

82	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	
83	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	
84	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	
85	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	
86	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	
87	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	
88	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
89	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	
91	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	
92	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4
93	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	
94	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	4	4	

Responden

Tingkat Kepentingan

ke	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5
96	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5
97	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
98	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5
99	5	4	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5
100	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	5



40	4	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5	5	4	2	2	3	3	5	5	5	
41	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
43	5	3	3	5	3	5	3	5	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	2	5	3	5	5	5	
44	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
47	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	
48	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
49	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	3	3	3	5	5	3	3	3	4	3	4	
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
54	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
58	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
59	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
61	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4

Responden	Tingkat Kepuasan																										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
62	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
63	4	3	4	2	3	3	2	5	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	4	2	2	3
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	3	2	4	3	3	2	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	5	4	3	2	4
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	5	5	5	4	3	3	5	5	5	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5
68	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
73	5	5	3	4	3	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	3	4	4	5	3	4	5	5	5	4	5	3
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	4	4	3	5	5	4	5	5
75	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	3	3	4	2	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	3	2	4
78	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
81	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4

82	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
85	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	2	2	4	
86	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	2	5	
87	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	2	5	2	4	5	
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	4	5	2	5	5
89	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	
90	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	4	3	3	4	5	
91	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	3	5	
92	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	3	4	4	
93	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	
94	3	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	3	4	

Responden

Tingkat Kepuasan

ke	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27
95	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	2	2	5
96	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	3	3	5
97	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	2	4	2	5
98	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	3	5
99	2	4	2	2	3	3	2	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4	4
100	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	3	5



DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

Profil

Nama : Muhammad Fikry Azhiim
Tempat/Tanggal Lahir : Tangerang, 10 Maret 2000
Jenis Kelamin : Laki-laki
Umur : 22 tahun
Agama : Islam
Alamat Email : fikry.azhiim10@gmail.com
No. Handphone : 0813943432378
Alamat : Jl. Palem Raya Blok C9 No. 46 RT
06 RW 12, Kel. Kutabumi, Kec.
Pasar Kemis, Kab. Tangerang,
Banten., 15560

Riwayat Pendidikan

Sekolah Dasar : SDN Periuk 6
SLTP : SMPN 4 Kota Tangerang
SLTA : SMAN 6 Kota Tangerang

Data Keluarga

Nama Ayah : Syamsul Bahri
Nama Ibu : Erna Hernawati
Alamat Orang Tua : Jl. Palem Raya Blok C9
No. 46 RT 06 RW 12, Kel.
Kutabumi, Kec. Pasar
Kemis, Kab. Tangerang,
Banten., 15560

Riwayat Organisasi

1. Staf Departemen INVENSOS HMTI FT UNTIRTA 2018/2019
2. Kepala Departemen INVENSOS HMTI FT UNTIRTA 2019/2020
3. Staf Kementerian Dalam Negeri BEM FT UNTIRTA 2019/2020
4. Ketua Komisi Humas BPH HMTI FT UNTIRTA 2020/2021
5. Staf Komisi 2 Perundang - undangan DPM FT UNTIRTA 2020/2021

