

ANALYSIS OF CONSUMER SATISFACTION ON SERVICE QUALITY AT PT BINTANG MAS ADINUGRAHA IN BANDAR LAMPUNG

Selfia Alke Mega¹, Arcellia Lim²

^{1&2}Universitas Bandar Lampung

Email: arcellia.19011028@student.ubl.ac.id

ABSTRACT

PT Bintang Mas Adinugraha in Bandar Lampung have low customer satisfaction because sales not reach the company's target. This research aims to analyze the level of customer satisfaction with the services of PT Bintang Mas Adinugraha in Bandar Lampung. The method is descriptive qualitative using IPA (Importance Performance Analysis) and Cartesian diagram. The sample was 100 respondents, that consumers who used the services of PT Bintang Mas Adinugraha. The average result of the calculation of the suitability level is 90.35%, there are still 7 attributes that below average result of the suitability level. The results of the IPA analysis showed average service quality level of 3.96 and average customer satisfaction level of 4.39. The results of the Cartesian diagram analysis that 4 attributes in quadrant A (top priority), 6 attributes in quadrant B (maintain), 5 attributes in quadrant C (low priority) and 5 attributes in quadrant D (excessive), there are still attributes that haven't been able to satisfy consumers in quadrant A and the main priority of PT Bintang Mas Adinugraha to be improved. So it was concluded that the quality of service from PT Bintang Mas Adinugraha in Bandar Lampung has made consumers satisfied but not fully optimal.

Keywords: *Consumer Satisfaction; Service Quality*

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PADA PELAYANAN PT BINTANG MAS ADINUGRAHA DI BANDAR LAMPUNG

ABSTRAK

PT Bintang Mas Adinugraha di Bandar Lampung mengalami rendahnya kepuasan konsumen yang menyebabkan penjualan tidak mencapai target perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan pada pelayanan PT Bintang Mas Adinugraha di Bandar Lampung. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif menggunakan model IPA (Importance Performance Analysis) dengan pendekatan tingkat kesesuaian dan diagram kartesius. Sampel penelitian adalah 100 orang responden yaitu konsumen yang pernah menggunakan jasa PT Bintang Mas Adinugraha. Berdasarkan hasil rata-rata dari perhitungan tingkat kesesuaian diperoleh 90,35%, namun masih terdapat 7 atribut yang dibawah hasil rata-rata tingkat kesesuaian. Hasil analisis IPA menunjukkan rata-rata tingkat kualitas pelayanan 3,96 dan rata-rata tingkat kepuasan pelanggan 4,39. Berdasarkan hasil analisis diagram kartesius bahwa 4 atribut masuk pada kuadran A (prioritas utama), 6 atribut masuk pada kuadran B (pertahankan prestasi), 5 atribut masuk pada kuadran C (prioritas rendah) dan 5 atribut masuk pada kuadran D (berlebihan) sehingga masih terdapat atribut yang belum dapat memuaskan konsumen pada kuadran A dan menjadi prioritas utama PT Bintang Mas Adinugraha untuk ditingkatkan. Sehingga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dari PT Bintang Mas Adinugraha di Bandar Lampung sudah membuat konsumen puas namun belum sepenuhnya optimal.

Kata Kunci: *Kepuasan Konsumen; Kualitas Pelayanan*

PENDAHULUAN

Negara kepulauan yang terbesar di dunia adalah Indonesia dengan beraneka macam pariwisata yang ada di setiap provinsi sehingga membuat para wisatawan asing maupun lokal ingin mengunjungi dan menikmati keindahan pariwisata tersebut. Hal tersebut membuat banyak pengusaha yang membangun perusahaan dan menawarkan jasa layanan penyedia pariwisata maupun perjalanan yaitu dengan membuat usaha biro perjalanan sehingga terjadi persaingan. Dengan adanya persaingan setiap perusahaan akan berlomba memberikan kualitas layanan yang terbaik agar dapat memberikan kepuasan bagi para pelanggannya (Febiyansi dan Widaningsih 2019).

Biro perjalanan merupakan usaha di bidang jasa yang memberikan pelayanan dengan menjemput dan mengantarkan konsumen ke tempat tujuan (door to door service). Usaha ini sudah cukup berkembang di Indonesia terutama di kota Bandar Lampung. Salah satu biro perjalanan yang sering digunakan oleh masyarakat adalah travel antar kota yang mengantarkan penumpang menuju ke kota lain. Pelayanan jasa yang diberikan sangat penting untuk diperhatikan kualitas dan kinerjanya agar dapat memuaskan konsumen agar konsumen dapat menggunakan dan membeli jasa atau produk tersebut berulang kali dan apabila pelayanan kurang baik maka konsumen dapat merasa kecewa dan memilih untuk menggunakan jasa atau produk pesaing.

Kepuasan konsumen menjadi prioritas utama agar dapat bertahan dalam persaingan dan menguasai pangsa pasar. PT Bintang Mas Adinugraha adalah perusahaan biro perjalanan travel yang sudah berdiri sejak tahun 1992 dan masih beroperasi hingga saat ini. PT Bintang Mas Adinugraha melayani perjalanan travel antar kota rute Palembang, Bandar Lampung dan Jadetabek. Armada mobil yang digunakan yaitu mobil Isuzu Elf dan Kia Travello.

Tabel 1. Data Omset Penjualan Bersih PT Bintang Mas Adinugraha periode 2019-2022

Tahun	Omset Penjualan (Rp)	Perkembangan Penjualan (Rp)	Perkembangan Penjualan (%)
2019	594.650.000	-	-
2020	559.975.000	-34.675.000	-5,83%
2021	534.710.000	-25.265.000	-4,5%
2022	525.670.000	-9.040.000	-1,69%

Sumber : Data Olahan


linda wati
 26 ulasan · 2 foto


rana Rayen
 3 ulasan


 setahun lalu


 10 bulan lalu

Pertama kali nyoba Bintang Mas, tp kurang nyaman , sy di jemput ke 2 posisi tp AC mobil blm hidup tg sy minta baru dihidupkan , biasa sy naik travel lain begitu naik sdh nyaman , dan ketika menunggu antrian naik kapal kembali AC di matikan , selama perjalanan sy menggunakan Travel atau Damri tdk pernah AC mati sebelum masuk kapal , dan Supir jg kurang Ramah ,

Kritis: Kualitas, Profesionalisme, Responsivitas

 Pengalaman pertama dan terakhir aja naik travel ini. Supir sangat tidak benar, etoll ga ada persiapin diisi, tiap gerbang tol berhenti, jendela depaan dibuka2 terus, merokok semaunya, mobil gabersih, waktu tempuh jd sangat sangat lama, ga nyaman banget! Sangat kecewa! Tolong perhatikan dong kualitas di jalan. Gasesuai kriteria di aplikasi!


Bams Asgiwa
 2 ulasan · 1 foto


Petrus Ferdinand
 Local Guide · 44 ulasan · 91 foto


 6 bulan lalu


 5 bulan lalu

Kcewa bgt, ga ontime, 2 jam saya nunggu diloket. Jdwal keberangkatan jam 19.00, saya datang sbml jam 18.00, trnyata bru berangkat jam 20.00. Via traveloka!
 Kapok pok pok! Gada lg BMW

Harganya reasonable. Sayangnya, supir merokok saat berkendara, padahal mobil ber AC. Semoga bisa diperbaiki

Sumber : Google PT Bintang Mas Adinugraha 2021-2022

Gambar 1. Review Konsumen

Berdasarkan Tabel 1 dari hasil wawancara dengan pemilik PT Bintang Mas Adinugraha yaitu ibu Elly yang diketahui bahwa selama empat tahun terakhir perusahaan mengalami penurunan omset penjualan. Hal ini dapat disebabkan oleh rendahnya kepuasan konsumen sehingga berkurangnya jumlah konsumen yang menggunakan jasa perusahaan dan terjadi penurunan omset penjualan. Rendahnya kepuasan konsumen dapat diketahui dengan adanya beberapa komplain dari konsumen terkait pada pelayanan PT Bintang Mas Adinugraha berdasarkan review Google dan wawancara pra-survey yang dilakukan penulis kepada beberapa konsumen yang pernah menggunakan jasa perusahaan bahwa mereka masih kurang puas pada beberapa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan seperti jam keberangkatan yang tidak sesuai dengan informasi yang diberikan, kebersihan mobil yang kurang diperhatikan dan pelayanan supir yang kurang baik contohnya merokok, ugal-ugalan dan mengantuk yang membuat konsumen menjadi khawatir selama di perjalanan.

Berdasarkan gambar 1 dapat diketahui bahwa komplain dari konsumen berupa jam keberangkatan yang tidak tepat, pelayanan supir yang kurang baik, dan AC mobil yang berkendala. Penelitian terdahulu dari Sapmaya Wulan (2012) menyatakan bahwa dengan mengetahui dan memahami kualitas pelayanan maka akan dapat diketahui sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh oleh konsumen sehingga perusahaan akan dapat melakukan tindakan-tindakan tertentu untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen pada pelayanan yang diberikan oleh PT Bintang Mas Adinugraha dan pelayanan apa saja yang perlu untuk ditingkatkan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong (Hutahaean, 2018), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan konsumen sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Apabila konsumen merasa puas maka konsumen akan melakukan pembelian ulang produk atau menggunakan kembali jasa pelayanan ketika kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya (Kasmir, 2017).

Kualitas Pelayanan

Dalam teori Lovelock, menyatakan kualitas pelayanan adalah baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam memuaskan konsumen dengan memberikan jasa yang melebihi harapan konsumen (Sarmini, 2019). Teori ini menyatakan bahwa pelayanan dari perusahaan dapat berpengaruh pada puas atau tidaknya konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan. Dalam mengukur kualitas pelayanan agar dapat memuaskan konsumen terdapat lima indikator kualitas pelayanan menurut Kotler yaitu kehandalan (reliability) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan dapat dipercaya., cepat tanggap (responsiveness) yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan dengan cepat kepada konsumen, jaminan (assurance) yaitu kemampuan perusahaan dalam memberi jaminan pelayanan sehingga muncul kepercayaan, empati (emphaty) yaitu kesediaan karyawan dalam memberikan rasa peduli dan perhatian kepada konsumen, dan bukti fisik (tangibles) yaitu penampilan fisik layanan perusahaan (Meithiana, 2019).

Impotance Performance Analysis (IPA)

Pada tahun 1977 untuk pertama kali metode IPA diperkenalkan oleh Martilla dan James untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa (Fajri, et al. 2019). Pengukuran *Importance Performance Analysis* atau menganalisis tingkat kepentingan dan kinerja kepuasan pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sudah sejauh mana dengan kinerja perusahaan (Supranto, 2011). Tahap awal dalam metode IPA yaitu menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan lalu tahap kedua menghitung seluruh tingkat kepentingan (Y) dan kinerja (X) yang menjadi batas dalam diagram kartesius dan tahap terakhir dengan penjabaran tiap variabel ke dalam diagram kartesius dan dibagi menjadi 4 kuadran (Firmansyah, et al. 2019).

Kerangka Konseptual



Sumber : Supranto, 2011

Gambar 2. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan selama empat bulan dari Agustus 2022 sampai Desember 2022 sehingga populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan pelayanan jasa PT Bintang Mas Adinugraha di Bandar Lampung selama setahun terakhir sebelum penelitian ini dilakukan yaitu periode Agustus 2021 - Juli 2022 sebanyak 4.922 orang. Berdasarkan populasi tersebut, diambil sampel yang dihitung dengan rumus slovin dan memperoleh 100 orang responden. Sampel diambil dengan teknik Simple random sampling yang merupakan pengambilan sampel secara acak dari anggota populasi tanpa melihat strata yang ada di dalam populasi (Sugiyono, 2016). Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada jumlah sampel responden melalui Google Form dikarenakan perusahaan ini merupakan perusahaan travel antar kota sehingga pengambilan kuesioner dilakukan dengan menghubungi kontak konsumen.

Dalam kuesioner berisi pertanyaan dengan menggunakan dua jawaban skala likert yaitu tingkat kepentingan (Importance) dan tingkat kinerja (Performance). Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu untuk mengetahui secara mendalam kepuasan konsumen PT Bintang Mas Adinugraha di Bandar Lampung dengan menganalisis kepuasan (kepentingan) dan kinerja pelayanan dengan menggunakan pendekatan tingkat kesesuaian dan diagram kartesius. Analisis deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel pada populasi (Irawati, 2019).

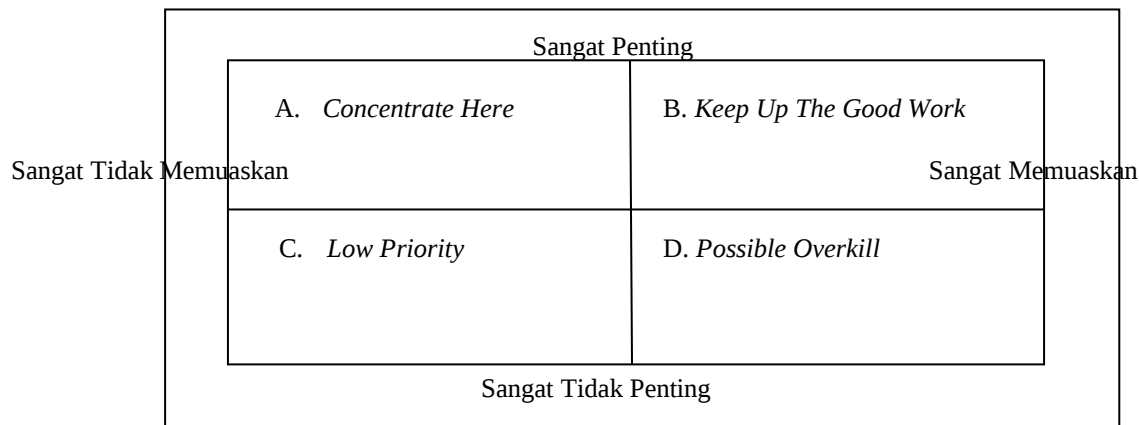
Tabel 2. Kriteria Interpretasi Skor dalam Tingkat Kesesuaian

Penilaian	Presentase
Tidak Sesuai	0% – 20 %
Kurang Sesuai	21% – 40 %
Cukup Sesuai	41% – 60 %
Sesuai	61% – 80 %
Sangat Sesuai	81% – 100%

Sumber : Riduwan, 2015

Dalam mengumpulkan data penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan kuesioner. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung ke PT Bintang Mas Adinugraha di Bandar Lampung dan mewawancarai pemilik perusahaan serta sekretaris perusahaan terkait data yang diperlukan dalam penelitian ini. Kepuasan pelanggan akan diukur melalui perbandingan antara tingkat kinerja yang diberikan penyedia jasa dengan harapan dari pelanggan atas layanan yang akan diterima. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik Importance Performance Analysis untuk mengukur tingkat kesesuaian dan analisa deskriptif yang dilakukan dengan menggunakan diagram kartesius.

Berdasarkan Tabel 2 digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian dari kinerja yang sudah dilakukan dengan harapan dari konsumen.



Sumber : Shaleh, et al. 2022

Gambar 3. Diagram Kartesius dalam Matrix IPA

Dari gambar hasil diagram kartesius di Gambar 3 dapat diketahui bahwa: (1) Kuadran A (*Concentrate Here* atau Prioritas Utama) yaitu atribut dinilai sangat penting bagi konsumen tetapi tingkat kinerja yang diberikan kurang memuaskan konsumen sehingga menjadi prioritas utama yang perlu ditingkatkan. (2) Kuadran B (*Keep Up The Good Work* atau Pertahankan Prestasi) yaitu atribut dinilai sangat penting bagi konsumen sedangkan tingkat kinerja yang diberikan sudah baik dan memuaskan konsumen sehingga menjadi prestasi yang harus dipertahankan. (3) Kuadran C (*Low Priority* atau Prioritas Rendah) yaitu atribut dinilai kurang penting bagi konsumen sedangkan tingkat kinerja yang diberikan biasa saja atau cukup memuaskan konsumen sehingga menjadi prioritas rendah dalam meningkatkannya. (4) Kuadran D (*Possibly Overkill* atau Berlebihan) yaitu atribut dinilai tidak penting bagi konsumen sedangkan tingkat kinerja yang diberikan sudah baik dan konsumen merasa puas sehingga dianggap berlebihan dan diharapkan mengurangi tingkat kinerjanya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 3. Profil Responden

No	Profil Responden	Keterangan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	55	55%
		Perempuan	45	45%
		Jumlah	100	
2.	Usia	Dibawah 17 tahun	7	7%
		17-24 tahun	37	37%
		25-39 tahun	44	44%
		40-59 tahun	10	10%
		59 tahun	2	2%
		Jumlah	100	
3.	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	15	15%
		Karyawan	39	39%
		Wiraswasta	9	9%
		Ibu Rumah Tangga	20	20%
		Belum/Tidak Bekerja	17	17%
		Jumlah	100	

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar kepada 100 responden (terlihat di tabel 3), dapat diketahui bahwa profil responden berdasarkan jenis kelamin didominasi laki-laki dibandingkan perempuan. Berdasarkan usia diketahui sebagian besar berusia 25-39 tahun dan berdasarkan pekerjaan yaitu karyawan.

Analisis Tingkat Kesesuaian

Hasil persepsi konsumen pada tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pelayanan PT Bintang Mas Adinugraha yang melibatkan 100 orang responden yang terdapat pada tingkat kesesuaian berikut:

Tabel 4. Hasil Tingkat Kesesuaian Pada Atribut-atribut yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Atribut – atribut Kualitas Pelayanan	Skor Kinerja (X)	Skor Kepentingan (Y)	Tingkat Kesesuaian (%)	Kategori
A. Kehandalan (reliability)				
1. Cepat dalam melayani kebutuhan konsumen.	413	422	97,86%	Sangat sesuai
2. Ketepatan informasi yang diberikan	384	456	84,21%	Sangat sesuai
3. Pelayanan Yang Ramah	434	460	94,34%	Sangat sesuai
4. Fasilitas dan layanan sesuai yang dijanjikan	374	427	87,58%	Sangat sesuai
B. Daya Tanggap (responsiveness)				
5. Penanganan keluhan konsumen dengan cepat	372	414	89,85%	Sangat sesuai
6. Kesiediaan karyawan dalam membantu dan melayani konsumen	408	438	93,15%	Sangat sesuai
7. Karyawan yang siap dan cepat dalam menanggapi permintaan	432	460	93,91%	Sangat sesuai
8. Penyampaian informasi yang jelas	406	425	95,52%	Sangat sesuai
C. Jaminan (assurance)				
9. Tanggung jawab dalam kenyamanan dan keamanan konsumen	408	451	90,46%	Sangat sesuai
10. Keterampilan dan pengetahuan karyawan dalam melakukan pelayanan	402	444	90,54%	Sangat sesuai
11. Supir sudah terampil dalam mengemudikan mobil	411	440	93,40%	Sangat sesuai
12. Karyawan bersikap sopan dalam melayani konsumen	412	423	97,39%	Sangat sesuai
D. Empati (emphaty)				
13. Karyawan bersedia mendengarkan keluhan konsumen	394	429	91,84%	Sangat sesuai
14. Pelayanan yang adil tanpa melihat status maupun kedudukan	411	442	92,98%	Sangat sesuai

15. Supir yang memahami kondisi konsumen	369	450	82%	Sangat sesuai
16. Solusi yang tepat dalam mengatasi masalah konsumen	392	443	90,53%	Sangat sesuai
E. Bukti Fisik (<i>tangibles</i>)				
17. Mobil yang layak untuk digunakan	379	427	88,75%	Sangat sesuai
18. Fasilitas mobil yang memadai	402	438	91,78%	Sangat sesuai
19. Mobil yang nyaman dan bersih	366	460	79,56%	Sesuai
20. Penampilan karyawan yang rapi	367	451	81,37%	Sangat sesuai
Rata-rata tingkat kesesuaian			90.35%	

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa hasil perhitungan presentase setiap atribut didapatkan hasil rata-rata tingkat kesesuaian dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yaitu 90.35% yang menunjukkan bahwa terdapat 13 atribut yang ada diatas rata-rata dan 7 atribut dibawah rata-rata tingkat kesesuaian sehingga masih perlu ditingkatkan. Atribut-atribut berikut yang berada dibawah rata-rata: (1) Atribut nomor 2 = Ketepatan informasi yang diberikan (84,21%). (2) Atribut nomor 4 = Fasilitas dan layanan sesuai yang dijanjikan (87,58%). (3) Atribut nomor 5 = Penanganan keluhan konsumen dengan cepat (89,85%). (4) Atribut nomor 15 = Supir yang memahami kondisi konsumen (82%). (5) Atribut nomor 17 = Mobil yang layak untuk digunakan (88,75%). (6) Atribut nomor 19 = Mobil yang nyaman dan bersih (79,56%). (7) Atribut nomor 20 = Penampilan karyawan yang rapi (81,37%).

Analisis Diagram Kartesius

Dalam mengetahui tingkat kualitas pelayanan pada PT Bintang Mas Adinugraha sudah memuaskan konsumen atau belum maka perlu dilakukan penghitungan dalam tabel *Importance Performance Analysis* (IPA) di tabel 5 berikut.

Tabel 5. Hasil Perhitungan IPA

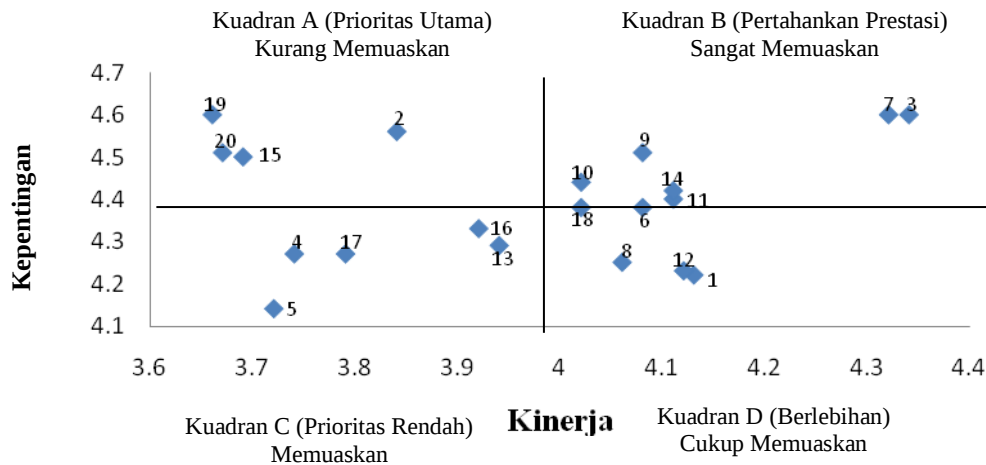
Atribut-atribut Kualitas Pelayanan	Skor Kinerja (X)	Skor Kepentingan (Y)	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
A. Keandalan (<i>reliability</i>)				
1. Cepat dalam melayani kebutuhan konsumen.	413	422	4.13	4.22
2. Ketepatan informasi yang diberikan	384	456	3.84	4.56
3. Pelayanan yang ramah	434	460	4.34	4.6
4. Fasilitas dan layanan sesuai yang dijanjikan	374	427	3.74	4.27
B. Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>)				
5. Penanganan keluhan konsumen dengan cepat	372	414	3.72	4.14
6. Kesiediaan karyawan dalam membantu dan melayani konsumen	408	438	4.08	4.38
7. Karyawan yang siap dan cepat	432	460	4.32	4.6

dalam menanggapi permintaan				
8. Penyampaian informasi yang jelas	406	425	4.06	4.25
C. Jaminan (<i>assurance</i>)				
9. Tanggung jawab dalam kenyamanan dan keamanan konsumen	408	450	4.08	4.5
10. Keterampilan dan pengetahuan karyawan dalam melakukan pelayanan	402	438	4.02	4.38
11. Supir sudah terampil dalam mengemudikan mobil	411	460	4.11	4.6
12. Karyawan bersikap sopan dalam melayani konsumen	412	425	4.12	4.25
D. Empati (<i>emphaty</i>)				
13. Karyawan bersedia mendengarkan keluhan konsumen	394	451	3.94	4.51
14. Pelayanan yang adil tanpa melihat status maupun kedudukan	411	444	4.11	4.44
15. Memahami kondisi konsumen	369	450	3.69	4.5
16. Solusi yang tepat dalam mengatasi masalah konsumen	392	423	3.92	4.23
E. Bukti Fisik (<i>tangibles</i>)				
17. Mobil yang layak untuk digunakan	379	429	3.79	4.29
18. Fasilitas mobil yang memadai	402	442	4.02	4.42
19. Mobil yang nyaman dan bersih	366	414	3.66	4.14
20. Penampilan karyawan yang rapi	367	443	3.67	4.43
Jumlah rata-rata ($\bar{X}$) dan ($\bar{Y}$)			79.36	87.9
Rata-rata dari ($\bar{X}$) dan ($\bar{Y}$)			3.96	4.39

Sumber : Data Olahan

Pada tabel 5 tersebut bahwa $\bar{X} = 3,96$ dan $\bar{Y} = 4,39$ yang merupakan titik tengah dari diagram kartesius. Nilai tengah pada diagram kartesius menjadi batas dari nilai setiap atribut agar letak masing-masing atribut pada diagram kartesius dapat diketahui yang mana sudah memuaskan pelanggan dan yang masih perlu ditingkatkan. Sedangkan kinerja ($\bar{X}$) dan kepentingan ($\bar{Y}$) merupakan titik-titik koordinat setiap atribut untuk mengetahui atribut pelayanan apa saja yang sudah memuaskan dan yang mana perlu untuk ditingkatkan.

Pada gambar 4 terdapat 4 atribut di kuadran A (Prioritas Utama) yang kurang memuaskan, 6 atribut di kuadran B (Pertahankan Prestasi) yang sangat memuaskan, 5 atribut di kuadran C (Prioritas Rendah) yang memuaskan dan 5 atribut di kuadran D (Berlebihan) yang cukup memuaskan.



Sumber : Data Olahan

Gambar 4. Hasil Perhitungan dalam bentuk Diagram Kartesius

Tabel 6. Deskripsi Gambar Diagram Kartesius

No	Atribut-atribut Kualitas Pelayanan	Kuadran	Tingkat Kepuasan	Interpretasi
1	Cepat dalam melayani kebutuhan konsumen.	D	Cukup Memuaskan	Berlebihan
2	Ketepatan informasi yang diberikan	A	Kurang Memuaskan	Prioritas Utama untuk Ditingkatkan
3	Pelayanan yang ramah	B	Sangat Memuaskan	Pertahankan Prestasi
4	Fasilitas dan layanan sesuai yang dijanjikan	C	Memuaskan	Prioritas Rendah Untuk Ditingkatkan
5	Penanganan keluhan konsumen dengan cepat	C	Memuaskan	Prioritas Rendah untuk Ditingkatkan
6	Kesediaan karyawan dalam membantu dan melayani konsumen	D	Cukup Memuaskan	Berlebihan
7	Karyawan yang siap dan cepat dalam menanggapi permintaan	B	Sangat Memuaskan	Pertahankan Prestasi
8	Penyampaian informasi yang jelas	D	Cukup Memuaskan	Berlebihan
9	Tanggung jawab dalam kenyamanan dan keamanan konsumen	B	Sangat Memuaskan	Pertahankan Prestasi
10	Keterampilan dan pengetahuan karyawan dalam melakukan pelayanan	B	Sangat Memuaskan	Pertahankan Prestasi
11	Supir sudah terampil dalam mengemudikan mobil	B	Sangat Memuaskan	Pertahankan Prestasi

12	Karyawan bersikap sopan dalam melayani konsumen	D	Cukup Memuaskan	Berlebihan
13	Karyawan bersedia mendengarkan keluhan konsumen	C	Memuaskan	Prioritas Rendah Untuk Ditingkatkan
14	Pelayanan yang adil tanpa melihat status maupun kedudukan	B	Sangat Memuaskan	Pertahankan Prestasi
15	Memahami kondisi konsumen	A	Kurang Memuaskan	Prioritas Utama Untuk Ditingkatkan
16	Solusi yang tepat dalam mengatasi masalah konsumen	C	Memuaskan	Prioritas Rendah Untuk Ditingkatkan
17	Mobil yang layak untuk digunakan	C	Memuaskan	Prioritas Rendah Untuk Ditingkatkan
18	Fasilitas mobil yang memadai	D	Cukup Memuaskan	Berlebihan
19	Mobil yang nyaman dan bersih	A	Kurang Memuaskan	Prioritas Utama untuk Ditingkatkan
20	Penampilan karyawan yang rapi	A	Kurang Memuaskan	Prioritas Utama untuk Ditingkatkan

Sumber : Data Olahan

Dari hasil diagram kartesius di Gambar 4 dan Tabel 6, dapat diketahui bahwa:

Kuadran A (Prioritas Utama)

Atribut dinilai sangat penting bagi konsumen tetapi tingkat kinerja yang diberikan kurang memuaskan konsumen sehingga menjadi prioritas utama yang perlu ditingkatkan. Atribut-atribut di kuadran A yaitu ketepatan informasi yang diberikan (atribut nomor 2), supir yang memahami kondisi konsumen (atribut nomor 15), mobil yang nyaman dan bersih (atribut nomor 19), dan penampilan karyawan yang rapi (atribut nomor 20).

Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Atribut dinilai sangat penting bagi konsumen sedangkan tingkat kinerja yang diberikan sudah baik dan memuaskan konsumen sehingga menjadi prestasi yang harus dipertahankan. Atribut-atribut di kuadran B yaitu pelayanan yang ramah dan selalu siap membantu (atribut nomor 3), karyawan yang siap dan cepat dalam menanggapi permintaan dari konsumen (atribut nomor 7), tanggung jawab dalam kenyamanan dan keamanan (atribut nomor 9), keterampilan dan pengetahuan karyawan dalam melakukan pelayanan (atribut nomor 10), supir sudah terampil dalam mengemudikan mobil (atribut nomor 11), dan pelayanan yang adil tanpa melihat status maupun kedudukan (atribut nomor 14).

Kuadran C (Prioritas Rendah)

Atribut dinilai kurang penting bagi konsumen sedangkan tingkat kinerja yang diberikan biasa saja atau cukup memuaskan konsumen sehingga menjadi prioritas rendah dalam meningkatkannya. Atribut-atribut di kuadran C yaitu fasilitas dan layanan sesuai yang dijanjikan (atribut nomor 4), penanganan keluhan konsumen dengan cepat (atribut nomor 5), karyawan bersedia mendengarkan keluhan konsumen (atribut nomor 13), solusi yang tepat dalam mengatasi masalah konsumen (atribut nomor 16) dan mobil yang layak untuk digunakan (atribut nomor 17).

Kuadran D (Berlebihan)

Atribut dinilai tidak penting bagi konsumen sedangkan tingkat kinerja yang diberikan sudah baik dan konsumen merasa puas sehingga dianggap berlebihan dan diharapkan mengurangi tingkat kinerjanya. Atribut-atribut di kuadran D yaitu cepat dalam melayani kebutuhan konsumen (atribut nomor 1), kesediaan karyawan dalam membantu dan melayani konsumen (atribut nomor 6), penyampaian informasi yang jelas (atribut nomor 8),

karyawan bersikap sopan dalam melayani konsumen (atribut nomor 12) dan fasilitas mobil yang memadai (atribut nomor 18).

PENUTUP

Hasil dari perhitungan IPA tingkat kesesuaian sebesar 90,35% dimana terdapat 7 atribut di bawah nilai rata-rata dan 13 atribut diatas rata-rata. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sudah memberikan kepuasan kepada konsumen tetapi terdapat beberapa atribut yang harus ditingkatkan.

Hasil data analisis diagram kartesius membuktikan bahwa atribut yang paling banyak berada di kuadran B (pertahankan prestasi) bahwa kualitas pelayanan yang telah diberikan PT Bintang Mas Adinugraha di Bandar Lampung sudah memuaskan konsumen hanya saja belum sepenuhnya optimal yang diketahui dari 4 atribut pada kuadran A sehingga perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Adapun saran bagi perusahaan yaitu memberikan informasi jadwal keberangkatan yang pasti dan tepat terutama jadwal keberangkatan harus sesuai yang dijanjikan, supir harus dapat lebih memahami kondisi konsumen selama di perjalanan seperti tidak merokok dan membawa mobil tidak terlalu ngebut atau ugal-ugalan demi keamanan dan kenyamanan konsumen, kebersihan mobil perlu diperhatikan lagi agar konsumen merasa nyaman selama di perjalanan, dan penampilan karyawan perlu diperhatikan lagi dengan menggunakan seragam khusus agar terlihat rapi dan memberikan kesan tersendiri bagi konsumen.

Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain yaitu hanya menganalisis kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan sedangkan masih banyak faktor kepuasan konsumen seperti faktor harga, lokasi, promosi dan lainnya. Maka untuk mengembangkan penelitian ini, saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti faktor-faktor kepuasan konsumen lainnya yang tidak terdapat di dalam penelitian ini dan dilakukan dengan metode pengukuran tingkat kepuasan yang berbeda seperti CSI, servqual atau lainnya sehingga nantinya dapat diperoleh hasil analisis yang berbeda.

DAFTAR RUJUKAN

- Fajri, L., Sugiarto, S., & Anggraini, R. (2019). Penerapan Metode Ipa (Importance Perfomance Analysis) Untuk Menganalisis Kepentingan Dan Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Bus Trans Koetaradja (Studi Kasus : Koridor I Keudah – Darussalam). *Jurnal Arsip Rekayasa Sipil Dan Perencanaan*, 2(2), 164–173. <https://doi.org/10.24815/jarsp.v2i2.13453f>
- Febiyansi, C., & Widaningsih, S. 2019. Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus Pada PT Gumbira Wana Indonesia Bandung Tahun 2019). *e-Proceedings of Applied Science*, 5(2), 512–517. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/10063%0Ahttps://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/viewFile/10063/9919>
- Firmansyah, R. A., & Putra, K. H. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Transportasi Umum “Suroboyo Bus” Rute Halte Rajawali-Terminal Purabaya Dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Seminar Teknologi Perencanaan, Perancangan, Lingkungan Dan Infrastruktur*, 1(1), 1–6. <https://ejurnal.itats.ac.id/stepplan/article/view/711>
- Hutahaean, D.W.S. (2018). *Dasar Manajemen*. Malang: Ahlimedia Press.
- Indrasari, Dr. Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawati, N. (2019). Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Terapan Visitor Management Di Kawasan Candi Prambanan Dengan Metode Importance Performance Analysis. *Journal of Tourism and Economic*, 2(1), 48–56. <https://doi.org/10.36594/jtec.v2i1.11>
- Kasmir, D. (2017). *Customer Sevice Excellent*. Depok. PT Rajagrafinto Persada.
- Riduwan. (2015). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sarmani Ade. (2019). *Kualitas Pelayanan Publik*. Surabaya: Pustaka Media Guru.
- Shaleh, N., Nuryadin, R., Khumaera, N. I. 2022. Analisis Kepuasan Pengunjung Dengan Importance Performance Analysis Di Wisata Pantai Topejawa Kabupaten Takalar Pada Era Kenormalan. *Jurnal ekonomi integra*. 12(1), 39-47, <http://journal.stieip.ac.id/index.php/iga/article/view/191>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Cetakan 4*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Wulan, S., & Joharis, M. (2012). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Kedaton Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Universitas Bandar Lampung*, 2(2), 112097.