

**ANALYSIS OF THE EFFECT SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION AT PT SRI SIAK
INDO USING CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) AND IMPORTANCE PERFORMANCE
ANALYSIS (IPA) METHODS**

Anton Suwardi¹, Yanti Mayasari Ginting², Zulhelmi³, Sagita Charolina Sihombing⁴

^{1,2,3,&4}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Email: yanti.mayasari@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the level of satisfaction of each attribute based on the Customer Satisfaction Index (CSI) method and determine the level of consumer interest based on the Importance Performance Analysis (IPA) method. This study uses 5 (five) SERVQUAL dimensions, namely tangible, reliability, responsiveness, empathy and assurance. This study uses a sample of 40 respondents who are consumers of PT.Sri Indosiak Pekanbaru. Data were analyzed using Analysis of Variance (ANOVA) with SPSS 21. The results showed that the overall level of consumer satisfaction (based on CSI value) was 80% and was located in the range of values of 0.80 - 1.00 which indicates that the consumer satisfaction index was "Very Satisfied" criteria.

Keywords : Service Quality; Customer Satisfaction; Customer Satisfaction Index (CSI); Importance Performance Analysis (IPA)

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT SRI
INDO SIAK MENGGUNAKAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisa tingkat kepuasan setiap atribut berdasarkan metode indeks kepuasan pelanggan dan mengetahui tingkat kepentingan konsumen berdasarkan metode pengukuran tingkat kepuasan. Penelitian ini menggunakan 5 (lima) dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik (tangible), kehandalan jasa (reliability), daya tanggap (responsiveness), kepedulian (emphaty) dan jaminan (assurance). Penelitian ini menggunakan jumlah sampel 40 responden yang merupakan konsumen PT.Sri Indosiak Pekanbaru. Data dianalisis menggunakan Analisis Variasi (ANOVA) dengan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh (berdasarkan nilai CSI) sebesar 80% dan terletak di rentang nilai 0.80 – 1.00 yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen adalah kriteria “Sangat Puas”.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan; Indeks Kepuasan Pelanggan; Pengukuran Tingkat Kepuasan

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, akibat keterbukaan pasar menyebabkan produk dan jasa yang bersaing dalam suatu pasar semakin banyak dan beragam. Sehingga terjadi persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan para konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen yang sebaik-baiknya karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya karena setiap konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, informasi yang benar dan jujur dan perlakuan atau pelayanan secara benar atas apa yang ia beli.

Semakin berkembangnya perindustrian kota Pekanbaru mengakibatkan perekonomian masyarakat di kota Pekanbaru semakin berkembang sehingga daya beli masyarakat terhadap mobil-mobil truck semakin meningkat. Semakin banyaknya pengusaha yang memiliki mobil truck akan menimbulkan banyaknya pesaing yang bermunculan dari usaha bengkel jasa perbaikan mobil truck. PT Sri Indosiak berdiri pada tahun 1990. PT Sri Indosiak ini terletak di jalan Riau Ujung No. 93. Bengkel ini hanya menerima mobil-mobil besar seperti truck, molen dan lain-lain. Seiring berjalannya waktu bengkel ini juga mulai menerima mobil-mobil seperti codisel dan truck kecil. PT Sri Indosiak ini menerima segala macam *service*, seperti memperbaiki rem, memperbaiki mesin dan lain-lain.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis, juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkannya. Kualitas layanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya. Layanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap pemakain jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang. Dengan besarnya pengaruh pelayanan yang meningkat berdampak terhadap pemakain jasa yang di tawarkan.

Menurut Kotler (Alma, 2007), mengungkapkan bahwa kualitas layanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan *service* yang dihasilkan perusahaan. Peranan *service excellence* karyawan terhadap konsumen dapat menjadi satu hal yang berpengaruh didalam hubungan erat dengan konsumen, baik untuk nasabah baru ataupun terhadap nasabah yang sudah *existing*. Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009) Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan dan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Memperhatikan dan meningkatkan level kepuasan konsumen sangat berguna di dunia persaingan bisnis. Perusahaan dengan level kepuasan pelanggan yang tinggi cenderung lebih unggul dibandingkan pesaing lainnya. Tidak hanya meningkatkan, perusahaan juga harus mampu menjaga stabilitas level kepuasan pelanggan untuk tetap tinggi. Volume kepuasan pelanggan yang tinggi meningkatkan penjualan perusahaan agar aliran kas mengalir deras. Untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat meningkatkan level kepuasan pelanggan, pemilik usaha perlu memperhatikan beberapa detail internal dan eksternal dalam perusahaan. Produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

Hubungan erat antara konsumen dan perusahaan baru dapat terjalin apabila perusahaan memberikan produk yang berkualitas sebagai bagian dari penawaran nilai agar pelanggan merasa puas dalam melakukan transaksi dengan perusahaan sehingga melakukan pembelian ulang yang kemudian dapat menimbulkan loyalitas. Kinerja karyawan yang profesional dalam memasarkan produk perbankan dengan cara yang tepat dan memahami kebutuhan para pelanggan akan menjadi salah satu nilai positif yang dapat memunculkan kepuasan dari pelanggan.

Menurut Ismail dan Haron (2006), Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Pelanggan yang merasa puas akan suatu produk dari suatu merek, maka umumnya terjadi pelanggan akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan pelanggan akan memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas produk yang telah digunakan. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan.

Masih tingginya tingkat keengganan pelanggan untuk menyampaikan keluhan ini bisa disebabkan adanya kecenderungan enggan bertatap muka secara langsung dengan pihak perusahaan, kurangnya pengetahuan dan pengalaman pelanggan dalam menyampaikan keluhan, kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi, nilai produk atau jasa yang dibeli relatif kecil dan rendahnya peluang keberhasilan dalam melakukan keluhan. Pelanggan yang menyampaikan keluhan pada perusahaan dan keluhan mereka didengarkan oleh pihak perusahaan akan menceritakan perlakuan baik yang mereka terima tersebut kepada rata-rata 4 orang. Tetapi pelanggan yang tidak puas rata-rata menggerutu kepada 8 orang. Jika masing-masing orang tersebut masih memberitahu orang lain lagi, jumlah orang yang mendapatkan berita buruk itu akan berlipat ganda. Langkah bijaksana dalam menghadapi situasi ini adalah tidak panik, tidak buru-buru menanggapi, tidak menyepelekan, memposisikan sebagai pendengar yang baik, serta segera mengambil tindakan yang benar dengan melakukan koordinasi terhadap pihak-pihak yang bersangkutan. Adapun kepuasan pelanggan bergantung dengan bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan. Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang lain atau pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya.

Pada tahun 2011 ada peningkatan jumlah pelanggan yang melakukan *service* di PT Sri Indosiak bertambah sebanyak 1 pelanggan. Tetapi pada tahun 2013 penurunan, namun pada tahun 2014 mengalami peningkatan yang cukup tinggi seiringnya waktu mulai mengalami penurunan yang cukup signifikan. Mulai tahun 2014 sampai 2020 mengalami penurunan customer, karena naiknya harga spare part dan bertambahnya mekanik-mekanik baru yang lebih baik dan mungkin saja lebih murah dari pada *service* di PT Sri Indosiak. Dengan begitu perusahaan-perusahaan lebih memilih memperkerjakan mekanik-mekanik tersebut dan perusahaan juga dapat menghemat pengeluaran.

Pada tahun 2011 ada peningkatan jumlah pelanggan yang melakukan *service* di PT Sri Indosiak, bertambah sebanyak 1 pelanggan. Tetapi pada tahun 2013 mengalami peningkatan yang cukup banyak, namun seiringnya waktu mulai mengalami penurunan yang cukup signifikan. Mulai tahun 2016 sampai 2020 mengalami penurunan *customer*, karena naiknya harga spare part dan bertambahnya mekanik-mekanik baru yang lebih baik dan mungkin saja lebih murah dari pada *service* di PT Sri Indosiak. Dengan begitu perusahaan-perusahaan lebih memilih memperkerjakan mekanik-mekanik tersebut dan perusahaan juga dapat menghemat pengeluaran.

Di dalam penelitian ini, peneliti bertanya-tanya apa penyebab dari pergi nya pelanggan dari PT Sri Indosiak sehingga peneliti ingin membuat sebuah survey dimana ini di peruntukkan kepada pelanggan-pelanggan yang tidak lagi memakai jasa dari PT Sri Indosiak. Dari 10 tahun terakhir ada sebanyak 10 pelanggan yang pribadi yang tidak lagi memakai jasa PT Sri Indosiak dan ada juga pelanggan perusahaan sebanyak 3 yang tidak lagi memakai jasa PT Sri Indosiak. Hasil dari survey tersebut menunjukkan bahwa kurang nya kualitas layanan yang diberikan PT Sri Indosiak seperti tidak ramah kepada pelanggan/tidak bergerak cepat saat pelanggan memaksukkan mobil mereka. Di dalam penelitian ini, ingin mengetahui lebih lanjut mengenai kepuasan pelanggan dari PT Sri Indosiak Pekanbaru, serta atribut apa saja yang dianggap penting dan kurang memuaskan bagi pelanggan PT Sri Indosiak tersebut.

Penelitian ini menggunakan kualitas produk sebagai variabel eksogen sedangkan kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa menjadi endogen, hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh positif kualitas layanan pada kepuasan mahasiswa dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, poin penting untuk peningkatan kualitas layanan adalah kenyamanan kelas, kebersihan dan akurasi data administrasi mahasiswa. Melakukan penelitian Kualitas Layanan dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* serta mengetahui tingkat kepentingan setiap atribut berdasarkan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Penelitian ini menggunakan lima dimensi yaitu *assurance*, *reability*, *tangible*, *emphaty*, dan *responsiveness* sehingga dari dimensi tersebut akan diketahui dimensi yang menjadi prioritas perbaikan pelayanan.

Alasan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* adalah indeks kepuasan pengguna yang diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari pelayanan. *Importance Performance Analysis (IPA)* dilakukan untuk mengukur perbandingan antara tingkat kepentingan suatu variabel yang dimiliki obyek tertentu dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen dengan metode ini dapat diidentifikasi variabel apa saja yang harus dipertahankan dan ditingkatkan untuk memenuhi kepuasan konsumen terhadap produk ini.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti dan menganalisis perbedaan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas PT. Sri Indosiak Pekanbaru, untuk menganalisa tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan PT. Sri Indosiak Pekanbaru dan faktor-faktor apa saja yang menjadi kelebihan dan kelemahan kualitas layanan pada PT. Sri Indosiak Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Menurut (Tjiptono, 2011:330) yaitu suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Lebih lanjut disebutkan mutu adalah suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang atau kelompok atau lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. Menurut (Tjiptono, 2017) ada 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yang masuk kedalam indikator kualitas pelayanan, antara lain: (a) *Tangible* (Berwujud), (b) *Realibilitas* (Keandalan), (c) *Responsiveness* (Ketanggapan), (d) *Assurance* (Jaminan dan kepastian) dan (e) *Empathy* (Empati).

Kepuasan Konsumen

Menurut (Sangadji, E.M., 2013:180) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Masih (Sangadji, E.M., 2013:182) kepuasan konsumen dapat menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.

Hubungan Pelaksanaan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

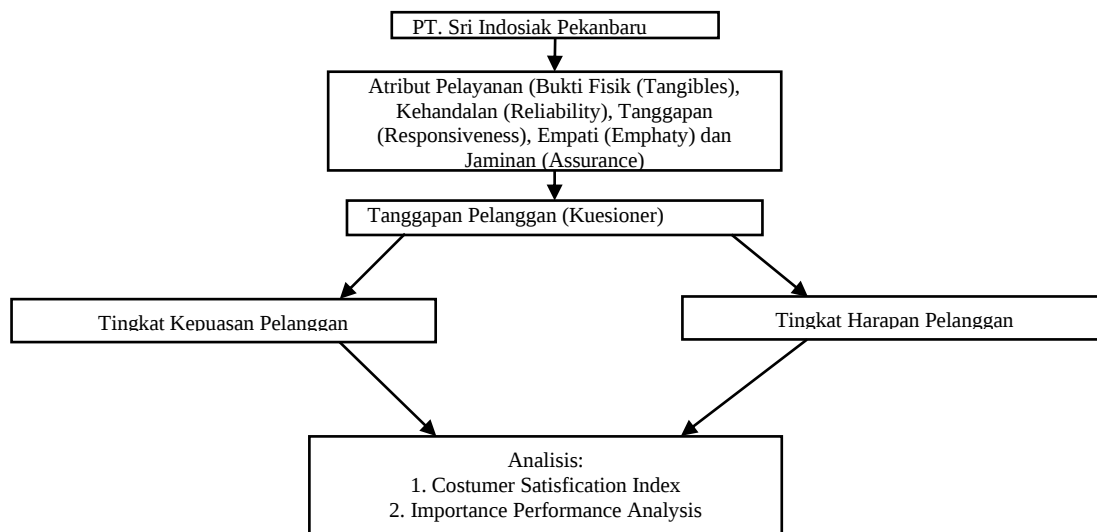
Pelaksanaan pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Strategi pelayanan merupakan strategi untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan kualitas sebaik mungkin sesuai standar yang telah ditetapkan perusahaan, yang meliputi keramahan saat melayani pelanggan listrik pasca bayar, ketepatan dan kecepatan dalam memberikan pelayanan, dan lain sebagainya.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan pengaruh suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi pada suatu produk yang dikonsumsi. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah kebutuhan dan keinginan, pengalaman masa lalu, pengalaman dari teman sejawat, komunikasi melalui iklan. Meskipun produk yang dihasilkan oleh perusahaan telah sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi tanpa perusahaan dengan sistem pelayanan yang baik dan benar, maka akan mengakibatkan ketidak berhasilan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun indikator kepuasan pelanggan yaitu: (1) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan. (2) Selalu membeli produk yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan. (3) Akan merekomendasikan kepada orang lain yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan. (4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Beberapa indikator yang dapat mengukur kepuasan pelanggan, indikator tersebut antara lain : (1) Tetap loyal, (2) Membeli produk baru yang ditawarkan, (3) Merekomendasikan produk, (4) Bersedia membayar lebih dan (5) Memberi masukan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berada di PT Sri Indosiak Pekanbaru. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus teori Roscoe. Roscoe dalam buku *research methods for business* memberikan saran – saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut: (1) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. (2) Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri- swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30. (3) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$. Berdasarkan perhitungan dari Roscoe maka sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 40 responden. Teknik dalam menentukan sampel yang akan diteliti adalah metode *accedential sampling*.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pernyataan - pernyataan kepada responden dengan panduan kuesioner / angket menggunakan instrumen yang disampaikan langsung dan melalui *google form* kepada nasabah. Daftar pernyataan yang digunakan adalah pertanyaan terstruktur dan yang perlu dilakukan oleh responden adalah tinggal memberikan tanda centang (✓) pada jawaban yang dipilih, kemudian responden langsung mengembalikan daftar pernyataan setelah diisi. Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku - buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

Definisi Operasional Penelitian

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Tangible</i> (Berwujud)	Kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik.	1. Kelengkapan fasilitas kantor yang dapat dinikmati nasabah 2. Kerapian dan kebersihan dari pada lokasi banking hall 3. Kebersihan dari karyawan	Interval
<i>Reliable</i> (Keandalan)	Mencakup pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.	1. Keramahan karyawan dalam memberikan sambutan 2. Kemampuan untuk memberikan penjelasan yang mudah untuk dimengerti 3. Mampu memberikan solusi yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan nasabah.	Interval
<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)		4. Mengetahui solusi tambahan yang tepat kepada nasabah 5. Kemampuan menanggapi keluhan nasabah dan mampu berkomunikasi dengan baik.	
<i>Assurance</i> (Jaminan dan kepastian)			
<i>Empathy</i> (Empati)	Memberikan perhatian secara pribadi terhadap nasabah.		

Sumber: Data Olahan, 2021.

Metode Analisis Data

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada PT Sri Indo Siak Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Perfomance Analysis (IPA) (Anton Suwardi, Yanti Mayasari Ginting, Zulhelmi, dan Sagita Charolina Sihombing)

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan antara lain: (1) Analisis Deskriptif, (2) Uji Pendahuluan yang terdiri dari Uji Anova, Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Wilcoxon signed-Rank Test, (3) Metode Customer Satisfaction Index (CSI), dan (4) Metode Importance Performance Analysis (IPA).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

Rata-rata variabel tangible adalah 4,183 dengan rata-rata indikator tertinggi terletak pada atribut 9 dengan hasil rata-rata 4,556 mengenai pertanyaan “Menyediakan tempat duduk yang memadai”. Hal ini disebabkan karena tempat duduknya bersih dan rapi dan hampir seluruh responden merasa sangat nyaman dengan tempat duduk yang disediakan di Optik “Jakarta” Pekanbaru ketika konsumen sedang menunggu layanan maupun yang pergi mendampingi konsumen tersebut.

Rata-rata variabel reliability adalah 4,230 dengan rata-rata indikator tertinggi terletak pada atribut 16 dengan hasil rata-rata 4,463 mengenai pertanyaan yaitu “Kualitas yang memuaskan”. Responden merasa sangat puas dengan hasil kualitas yang ada di Optik “Jakarta” Pekanbaru. Sedangkan rata-rata indikator terendah terletak pada atribut ke 13 dengan hasil rata-rata 4,102 mengenai pertanyaan “Staff yang berpengetahuan luas”. Meskipun ada beberapa staff yang memiliki pengetahuan yang luas, tetapi masih ada beberapa staff lainnya yang dinilai responden tidak memiliki pengetahuan luas. Rata-rata variabel responsiveness adalah 4,141 dengan rata-rata indikator tertinggi terletak pada atribut 21 dengan hasil rata-rata 4,269 mengenai pertanyaan “Konsumen tidak terlalu lama menunggu layanan”. Konsumen merasa sangat puas terhadap waktu pelayanannya. Karena konsumen tidak perlu menunggu lama dalam pelayanannya.

Rata-rata variabel empathy adalah 4,148 dengan rata-rata indikator tertinggi terletak pada atribut 27 dengan hasil rata-rata 4,426 mengenai pertanyaan “Selalu diakhiri dengan mengucapkan terima kasih kepada konsumen”. Responden merasa sangat puas terhadap staffnya ketika diakhiri pembelian dengan selalu mengucapkan terima kasih kepada konsumen. Rata-rata indikator variabel assurance adalah 4,230 Dimana rata-rata indikator tertinggi terletak pada atribut 34 dengan hasil rata-rata 4,519 mengenai pertanyaan “Pelayanan setelah pembelian”. Konsumen merasa sangat puas terhadap layanan" para staff Optik “Jakarta Pekanbaru” setelah konsumen mengakhiri sebuah pembelian, dimana para staff Optik “Jakarta” tetap bersikap ramah terhadap konsumen.

Uji Anova (*Analysis of Varian*)

Pada profil jenis kelamin adanya perbedaan antara responden laki – laki dan perempuan terhadap Alat dan Mesin yang digunakan masih berfungsi dengan baik (Atribut 5). Dimana laki-laki lebih paham bagaimana cara menggunakan alat dan mesin. Sedangkan perempuan tidak tau bagaimana cara kerja alat dan mesin sehingga menurut perempuan alat dan mesin tidak bekerja dengan baik. Perbedaan juga terjadi antara responden laki-laki dan perempuan terhadap. Seluruh Staff meminta maaf atas setiap keluhan yang diajukan oleh pelanggan (Atribut 23). Dimana terdapat ketidaksabaran laki-laki dalam mengatasi suatu masalah, pria dianggap terlalu emosi sehingga tidak bisa memaafkan sesama. Sedangkan perempuan lebih didasari oleh perasaan sehingga perempuan lebih peka untuk memaafkan sesama.

Pada profil usia tidak adanya perbedaan yang terjadi pada tingkat usia disemua indikator pada tingkat kepuasan responden baik itu golongan muda maupun tua semua memiliki tingkat kepuasan yang sama terhadap layanan PT.Sri Indosiak Pekanbaru. Pada profil pekerjaan adanya perbedaan kepuasan pelanggan berdasarkan pekerjaan terhadap Admin membantu pelanggan dalam menulis apa saja kerusakan mobil konsumen (Item 12). Orang yang sudah bekerja didalam kehidupan sehari-hari tentu memiliki banyak pikiran sehingga dengan menulis apa saja kerusakan mobil dapat membantu konsumen agar tidak lupa memperbaiki kerusakan mobil konsumen. Oleh karena itu untuk mencapai pekerjaan yang tanpa cacat atau kesalahan ini dibutuhkan sebuah ketelitian serta sebuah kejujuran sama dengan halnya di PT.Sri Indosiak Pekanbaru, para staff dinilai memiliki kemampuan dalam menulis semua kerusakan mobil konsumen dan melayani tanpa membedakan status kedudukan, perbedaan ini disesuaikan dengan penilaian tiap profesi konsumen yang berbeda.

Pada profil pendidikan tidak adanya perbedaan yang terjadi pada tingkat pendidikan disemua indikator pada tingkat kepuasan responden baik itu golongan muda maupun tua semua memiliki tingkat kepuasan yang sama terhadap layanan PT.Sri Indosiak Pekanbaru. Pada profil pendapatan adanya perbedaan kepuasan pelanggan terhadap Ruang tunggu di kantor nyaman (Atribut 4). Dimana setiap pelanggan memiliki kenyamanan yang berbeda beda sehingga hal tersebut dapat memicu staff untuk melakukan hal-hal yang dapat membuat pelanggan lebih nyaman. Perbedaan juga terjadi terhadap (Atribut 18). Seluruh staff PT.Sri Indosiak menepati janji penyelesaian masalah sesuai waktu yang ditentukan. perbedaan persepsi berdasarkan informasi yang didapat terhadap janji yang diberikan. Dimana konsumen mendapat informasi dari berbagai sumber yang berbeda. Konsumen yang mendapat informasi dari pimpinan perusahaan berbeda dengan admin dalam memberikan informasi waktu yang diberikan.

Uji Kualitas Data**Uji Validitas dan Uji Realibilitas****Tabel 2. Uji Validitas dan Uji Realibilitas Data Tingkat Kepuasan**

Variabel	Indikator	Uji Validitas			Uji Realibilitas		
		<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>R tabel</i>	Hasil	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Hasil
Tangible	X1.1	0,722	0,1966	Valid	0,815	0,6	Reliabel
	X1.2	0,559	0,1966	Valid			
	X1.3	0,594	0,1966	Valid			
	X1.4	0,532	0,1966	Valid			
	X1.5	0,630	0,1966	Valid			
Reliability	X2.1	0,549	0,1966	Valid	0,755	0,6	Reliabel
	X2.2	0,612	0,1966	Valid			
	X2.3	0,526	0,1966	Valid			
	X2.4	0,549	0,1966	Valid			
	X2.5	0,394	0,1966	Valid			
Responsiveness	X3.1	0,607	0,1966	Valid	0,790	0,6	Reliabel
	X3.2	0,461	0,1966	Valid			
	X3.3	0,607	0,1966	Valid			
	X3.4	0,710	0,1966	Valid			
	X3.5	0,467	0,1966	Valid			
Assurance	X4.1	0,665	0,1966	Valid	0,761	0,6	Reliabel
	X4.2	0,594	0,1966	Valid			
	X4.3	0,343	0,1966	Valid			
	X4.4	0,756	0,1966	Valid			
	X4.5	0,656	0,1966	Valid			
Emphaty	X5.1	0,513	0,1966	Valid	0,679	0,6	Reliabel
	X5.2	0,494	0,1966	Valid			
	X5.3	0,183	0,1966	Valid			
	X5.4	0,596	0,1966	Valid			
	X5.5	0,438	0,1966	Valid			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

Tabel 3. Descriptive Stastistic

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Importance	40	1.0342	3.7271	100.00	114.00
Performance	40	99.900	6.5390	87.00	114.00

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada PT Sri Indo Siak Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Anton Suwardi, Yanti Mayasari Ginting, Zulhelmi, dan Sagita Charolina Sihombing)

Pada tabel diatas menunjukkan nilai mean, standart deviasi, minium dan maksimum dari kelompok masing-masing kelompok data (Importance dan Performance).Tampak bahwa mean atau rata-rata nilai kepuasannya 1.0342 dimana lebih besar daripada kepentingan yaitu 99.900.

Tabel 4. Test Statistic^b

Performance- Importance	
Z	-3.828*
Asymp. Sig. (2- tailed)	.000

Sumber: Data Olahan SPSS 21

Pada tabel tersebut dapat dilihat nilai Asymp sig = 0,000 < α = 0.05. maka Ho ditolak yang berarti Terdapat perbedaan harapan dan persepsi konsumen untuk kualitas pelayanan pada PT.Sri Indosiak Pekanbaru.

Pengolahan Data Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA)

Tabel 5. Perhitungan Customer Satisfaction Index dimensi Tangible

No	Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S) I X P
Dimensi <i>Tangible</i> X ₁				
1	PT.Sri Indosaik Pekanbaru memiliki lokasi yang strategis	4,275	3,925	16,779
2	PT.Sri Indosiak Pekanbaru memiliki lapangan kerja yang luas	4,225	4,000	16,900
3	Admin dan Kasir berpenampilan rapi	4,375	4,200	18,375
4	Ruang tunggu di kantor nyaman	4,250	3,925	16,681
5	Alat dan mesin yang digunakan masih berfungsi dengan baik	4,300	3,675	15,803
TOTAL		21,425	19,725	84,538

Sumber: Hasil Pengolahan Data Excel, 2022.

$$CSI = \frac{84,538}{5 \times 21,425} \times 100\% = 79\%$$

Nilai CSI yang diperoleh adalah 79 %. Hal ini menggambarkan pelanggan PT.Sri Indosiak Pekanbaru sudah “Cukup Puas” atas pelayanan yang diberikan. Tetapi dirasakan belum maksimal secara keseluruhan. Sebab masih terjadi kekurangan 21 % kepuasan pelanggan. Untuk memberikan kepuasan yang lebih dimasa akan datang, maka PT.Sri Indosiak Pekanbaru harus memperbaiki kualitas pelayanan dari segi dimensi *tangible*.

Tabel 5. Perhitungan Customer Satisfaction Index dimensi Reliability

No	Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S) I X P
Dimensi <i>Reliability</i> X ₂				
1	Pelayanan mekanik sesuai dengan janji yang diberikan	3,850	4,075	15,689
2	Mekanik memberikan layanan tepat pada waktunya	3,625	4,200	15,225
3	Mekanik secara akurat memverifikasi permintaan pelanggan	3,650	3,950	14,418
4	Kepala Mekanik memiliki kemampuan menjelaskan apa saja kerusakan mobil dengan jelas	3,800	4,050	15,390
5	Seluruh staff PT.Sri Indosiak dengan tulus membantu pelanggan	4,075	3,650	14,874
TOTAL		19,000	19,925	75,595

Sumber: Hasil Pengolahan Data Excel, 2022.

$$CSI = \frac{75,595}{5 \times 19,000} \times 100\% = 80\%$$

Nilai CSI yang diperoleh adalah 80 %. Hal ini menggambarkan pelanggan PT.Sri Indosiak Pekanbaru sudah “Sangat Puas” atas pelayanan yang diberikan. Tetapi dirasakan belum maksimal secara keseluruhan. Sebab masih terjadi kekurangan 20 % kepuasan pelanggan. Untuk memberikan kepuasan yang lebih dimasa akan datang, maka PT.Sri Indosiak Pekanbaru harus memperbaiki kualitas pelayanan dari segi dimensi *tangible* ini yang belum memuaskan pelanggan.

Tabel 6. Perhitungan Customer Satisfaction Index dimensi Responsiveness

No	Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S) I X P
Dimensi <i>Reliability</i> X ₂				
1	Admin berdiri menyambut pelanggan, memberi senyum dan salam, serta mempersilahkan duduk pada saat pelanggan datang	4,125	4,250	17,531
2	Admin membantu pelanggan dalam menulis apa saja kerusakan mobil pelanggan	3,875	4,225	16,372
3	Mekanik menyelesaikan keluhan pelanggan dengan baik	3,850	4,375	16,844
4	Seluruh staff PT.Sri Indosiak Pekanbaru bersedia membantu pelanggan dengan baik	4,025	4,200	16,905
5	Seluruh staff PT.Sri Indosiak memberikan pelayanan dengan cepat	4,050	4,275	17,314
TOTAL		19,925	21,325	84,966

Sumber: Hasil Pengolahan Data Excel, 2022.

$$CSI = \frac{84,966}{5 \times 19,925} \times 100\% = 85 \%$$

Nilai CSI yang diperoleh adalah 85 %. Hal ini menggambarkan pelanggan PT.Sri Indosiak Pekanbaru sudah “Sangat Puas” atas pelayanan yang diberikan. Tetapi dirasakan belum maksimal secara keseluruhan. Sebab masih terjadi kekurangan 15 % kepuasan pelanggan. Untuk memberikan kepuasan yang lebih dimasa akan datang, maka PT.Sri Indosiak Pekanbaru harus memperbaiki kualitas pelayanan dari segi dimensi tangible ini yang belum memuaskan pelanggan.

Tabel 7. Perhitungan Customer Satisfaction Index dimensi Emphaty

No	Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S) I X P
Dimensi Emphaty X₄				
1	Seluruh staff PT.Sri Indosiak menanamkan kepercayaan Pelanggan kepada PT.Sri Indosiak Pekanbaru	4,075	3,850	15,689
2	Seluruh staff PT.Sri Indosiak memberikan pelayanan yang memuaskan	4,200	3,625	15,225
3	Seluruh staff PT.Sri Indosiak menepati janji penyelesaian masalah sesuai waktu yang ditentukan	3,950	3,650	14,418
4	Kemampuan Mekanik dalam memperbaiki mobil dapat dipercaya	4,050	3,800	15,390
5	Pelanggan merasa aman jika memperbaiki mobil di PT.Sri Indosiak Pekanbaru	3,650	4,075	14,874
TOTAL		19,925	19,000	75,596

Sumber: Hasil Pengolahan Data Excel, 2022.

$$CSI = \frac{75,596}{5 \times 19,925} \times 100\% = 76 \%$$

Nilai CSI yang diperoleh adalah 76 %. Hal ini menggambarkan pelanggan PT.Sri Indosiak Pekanbaru sudah “Cukup Puas” atas pelayanan yang diberikan. Tetapi dirasakan belum maksimal secara keseluruhan. Sebab masih terjadi kekurangan 15 % kepuasan pelanggan. Untuk memberikan kepuasan yang lebih dimasa akan datang, maka PT.Sri Indosiak Pekanbaru harus memperbaiki kualitas pelayanan dari segi dimensi tangible ini yang belum memuaskan pelanggan.

Tabel 8. Perhitungan Customer Satisfaction Index dimensi Assurance

No	Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S) I X P
Dimensi Assurance X₅				
1	Admin menyapa pelanggan dengan ramah	3,925	4,125	16,191
2	Seluruh staff PT.Sri Indosiak mendengarkan komplain Pelanggan dengan sungguh-sungguh	4,000	3,875	15,500
3	Seluruh staff meminta maaf atas setiap keluhan yang diajukan oleh pelanggan	4,200	3,850	16,170
4	Mekanik memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan Pelanggan	3,925	4,025	15,798
5	Seluruh staff PT.Sri Indosiak mengucapkan salam di akhir layanan	3,675	4,050	14,884
TOTAL		19,725	19,925	78,543

Sumber: Hasil Pengolahan Data Excel, 2022.

$$CSI = \frac{78,543}{5 \times 19,725} \times 100\% = 80 \%$$

Nilai CSI yang diperoleh adalah 80 %. Hal ini menggambarkan pelanggan PT.Sri Indosiak Pekanbaru sudah “Sangat Puas” atas pelayanan yang diberikan. Tetapi dirasakan belum maksimal secara keseluruhan. Sebab masih terjadi kekurangan 20 % kepuasan pelanggan. Untuk memberikan kepuasan yang lebih dimasa akan datang, maka PT.Sri Indosiak Pekanbaru harus memperbaiki kualitas pelayanan dari segi dimensi tangible ini yang belum memuaskan pelanggan.

Menganalisis Kepuasan Konsumen Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI)

Tabel 9. Customer Satisfaction Index (CSI)

Variabel	Kode Pernyataan	Importance	Performance	Satisfaction Score
Tangibles	A1	4,275	3,925	79 %
	A2	4,225	4,000	
	A3	4,375	4,200	
	A4	4,250	3,925	
	A5	4,300	3,675	
Reliability	A6	3,850	4,075	80 %
	A7	3,625	4,200	
	A8	3,650	3,950	
	A9	3,800	4,050	
	A10	4,075	3,650	
Responsiveness	A11	4,125	4,250	85 %
	A12	3,875	4,225	
	A13	3,850	4,375	
	A14	4,025	4,200	
	A15	4,050	4,275	

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada PT Sri Indo Siak Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Anton Suwardi, Yanti Mayasari Ginting, Zulhelmi, dan Sagita Charolina Sihombing)

Variabel	Kode Pernyataan	Importance	Performance	Satisfaction Score
Emphaty	A16	4,250	3,850	76 %
	A17	4,225	3,625	
	A18	4,375	3,650	
	A19	4,200	3,800	
	A20	4,275	4,075	
Assurance	A21	3,925	4,125	80 %
	A22	4,000	3,875	
	A23	4,200	3,850	
	A24	3,925	4,025	
	A25	3,675	4,050	
Average		4,056	3,996	80 %

Sumber: Hasil Pengolahan Data Excel, 2022.

Dalam penelitian ini terdapat perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan maka dapat diolah dari skala 1-5. Jika diolah dengan metode CSI, maka nilai indeks kepuasan konsumen pada penelitian ini adalah 80%. Artinya kepuasan konsumen PT.Sri Indosiak Pekanbaru secara keseluruhan yang dilihat berdasarkan kinerja dan kepentingan atribut-atribut jasa berada pada kriteria “Sangat Puas”. Namun masih terdapat 20% rasa ketidakpuasan konsumen. Jika dilihat dari sisi staff PT. Sri Indosiak Pekanbaru dalam memberikan pelayanan memang sudah memuaskan seperti pelayanan setelah pembelian, kejujuran staff dalam memberikan pelayanan namun pada sisi lainnya masih terdapat atribut yang belum memadai, sehingga masih terdapat rasa ketidakpuasan dari konsumen.

Dengan berkembangnya beberapa Bengkel yang ada di pekanbaru dalam meraih konsumen, apabila ditingkatkan pada taraf sangat puas yang diindikasikan dengan nilai CSI yang mendekati 100 persen itu akan lebih baik. Dimana konsumen benar-benar merasakan kinerja atribut-atribut pelayanan PT.Sri Indosiak Pekanbaru. Kepuasan berhubungan dengan loyalitas diharapkan ketika konsumen merasa puas maka mereka akan loyal terhadap PT.Sri Indosiak Pekanbaru.

Pengolahan Data dengan IPA (Importance – Performance Analysis)

Analisis *importance-performance* dilakukan dengan cara menghitung nilai rata-rata untuk setiap atribut pernyataan dari variabel *importance* maupun variabel *performance*. Atribut layanan PT.Sri Indosiak Pekanbaru yang oleh pelanggan dianggap penting namun hasil pengukurannya menurut pelanggan masih berkinerja kurang baik memerlukan perhatian yang lebih dari pihak PT.Sri Indosiak Pekanbaru dibandingkan dengan atribut layanan yang kurang dianggap penting oleh pelanggan.

Adanya gap yang besar dari *performance-importance* dapat dipakai sebagai gambaran bagi pihak pengelola PT.Sri Indosiak Pekanbaru untuk memfokuskan sumber daya nya dan memprioritaskan perbaikan pada atribut layanan yang memerlukan tindakan perbaikan. Analisis pemetaan prioritas dalam penelitian ini dilakukan terhadap semua responden. Dari olah data menggunakan SPSS 21 diperoleh gambar diagram kartesius IPA untuk seluruh responden terhadap pelayanan di PT.Sri Indosiak Pekanbaru.

Tahap dan hasil IPA (*Importance – Performance Analysis*) ini disajikan dalam bentuk tabel dan diagram IPA.

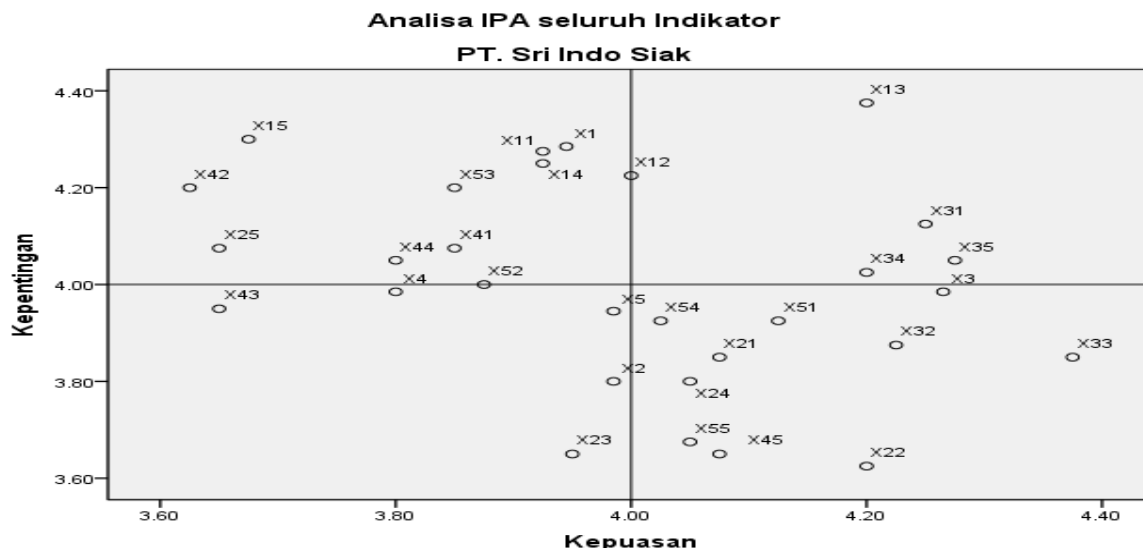
Tabel 10. Hasil Rata-Rata Tingkat Harapan dan Kinerja

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
Dimensi <i>Tangible</i>		(I)	(P)
1	PT.Sri Indosaik Pekanbaru memiliki lokasi yang strategis	4,275	3,925
2	PT.Sri Indosiak Pekanbaru memiliki lapangan kerja yang luas	4,225	4,000
3	Admin dan Kasir berpenampilan rapi	4,375	4,200
4	Ruang tunggu di kantor nyaman	4,250	3,925
5	Alat dan mesin yang digunakan masih berfungsi dengan baik	4,300	3,675
Dimensi <i>Reliability</i>			
1	Pelayanan mekanik sesuai dengan janji yang diberikan	3,850	4,075
2	Mekanik memberikan layanan tepat pada waktunya	3,625	4,200
3	Mekanik secara akurat memverifikasi permintaan pelanggan	3,650	3,950
4	Kepala Mekanik memiliki kemampuan menjelaskan apa saja kerusakan mobil dengan jelas	3,800	4,050
5	Seluruh staff PT.Sri Indosiak dengan tulus membantu pelanggan	4,075	3,650
Dimensi <i>Responsiveness</i>			
1	Admin berdiri menyambut pelanggan, memberi senyum dan salam, serta mempersilahkan duduk pada saat pelanggan datang	4,125	4,250
2	Admin membantu pelanggan dalam menulis apa saja kerusakan mobil pelanggan	3,875	4,225
3	Mekanik menyelesaikan keluhan pelanggan dengan baik	3,850	4,375
4	Seluruh staff PT.Sri Indosiak Pekanbaru bersedia membantu pelanggan dengan baik	4,025	4,200
5	Seluruh staff PT.Sri Indosiak memberikan pelayanan dengan cepat	4,050	4,275
Dimensi <i>Emphaty</i>			
1	Seluruh staff PT.Sri Indosiak menanamkan kepercayaan Pelanggan kepada PT.Sri Indosiak Pekanbaru	4,250	3,850
2	Seluruh staff PT.Sri Indosiak memberikan pelayanan yang memuaskan	4,225	3,625
3	Seluruh staff PT.Sri Indosiak menepati janji penyelesaian masalah sesuai waktu yang ditentukan	4,375	3,650
4	Kemampuan Mekanik dalam memperbaiki mobil dapat dipercaya	4,200	3,800
5	Pelanggan merasa aman jika memperbaiki mobil di PT.Sri Indosiak Pekanbaru	4,275	4,075

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
<i>Dimensi Assurance</i>			
1	Admin menyapa pelanggan dengan ramah	3,925	4,125
2	Seluruh staff PT.Sri Indosiak mendengarkan komplain Pelanggan dengan sungguh-sungguh	4,000	3,875
3	Seluruh staff meminta maaf atas setiap keluhan yang diajukan oleh pelanggan	4,200	3,850
4	Mekanik memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan Pelanggan	3,925	4,025
5	Seluruh staff PT.Sri Indosiak mengucapkan salam di akhir layanan	3,675	4,050

Sumber: Hasil Pengolahan Data Excel, 2022.

Data-data tersebut kemudian dimasukkan kedalam diagram Importance-Performance analysis. Adapun hasilnya seperti terlihat pada gambar Diagram 4.6



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21

Gambar 2 Diagram Importance-Performance Analysis (IPA)

Kuadran I adalah prioritas utama dimana pelanggan sebagai responden merasakan item tersebut sangat penting dan mempunyai harapan tinggi namun belum merasakan kinerja yang maksimal. Terdapat 9 (sembilan) item dalam kuadran I. Item ini memiliki tingkat kepentingan tinggi tetapi tingkat pelayanan rendah. Adapun item-item tersebut: (1) PT.Sri Indosaik Pekanbaru memiliki lokasi yang strategis (Item 1), (2) Ruang tunggu di kantor nyaman (Item 4), (3) Alat dan mesin yang digunakan masih berfungsi dengan baik (Item 5), (4) Seluruh staff PT.Sri Indosiak dengan tulus membantu pelanggan (Item 10), (5) Seluruh staff PT.Sri Indosiak menanamkan kepercayaan Pelanggan kepada PT.Sri Indosiak Pekanbaru (Item 16), (6) Seluruh staff PT.Sri Indosiak memberikan pelayanan yang memuaskan (Item 17), (7) Kemampuan Mekanik dalam memperbaiki mobil dapat dipercaya (Item 19), (8) Seluruh staff PT.Sri Indosiak mendengarkan komplain Pelanggan dengan sungguh-sungguh (Item 22), (9) Seluruh staff meminta maaf atas setiap keluhan yang diajukan oleh pelanggan (Item 23).

Kuadran II menunjukkan keberadaan atribut layanan yang juga dianggap penting oleh pelanggan dan pelayanannya sudah dianggap baik. Oleh karenanya PT. Sri Indosiak Pekanbaru harus mempertahankan kualitas pelayanannya. Terdapat 5 (lima) item yang masuk ke kuadran II, yang artinya 5 (Lima) item ini memiliki tingkat kepentingan dan pelayanan yang tinggi. Adapun item-item tersebut: (1) PT.Sri Indosiak Pekanbaru memiliki lapangan kerja yang luas (Item 2), (2) Admin dan Kasir berperampilan rapi (Item 3), (3) Admin berdiri menyambut pelanggan, memberi senyum dan salam, serta mempersilahkan duduk pada saat pelanggan datang (Item 11), (4) Seluruh staff PT.Sri Indosiak Pekanbaru bersedia membantu pelanggan dengan baik (Item 14), (5) Seluruh staff PT.Sri Indosiak memberikan pelayanan dengan cepat (Item 15).

Pada kuadran III menunjukkan beberapa atribut yang kurang penting dan kurang memuaskan, sehingga pengguna bersikap biasa-biasa saja, terdapat 2 (dua) item yang ada pada kuadran III antara lain: (1) Mekanik secara akurat memverifikasi permintaan pelanggan (Item 8) dan (2) Seluruh staff PT.Sri Indosiak menepati janji penyelesaian masalah sesuai waktu yang ditentukan (Item 18).

Sedangkan pada kuadran terakhir yaitu kuadran IV terdapat 9 (sembilan) item yang menunjukkan faktor yang kurang penting namun pengguna sangat puas. Adapun 9 (sembilan) item yang ada pada kuadran IV antara lain: (1) Pelayanan mekanik sesuai dengan janji yang diberikan (Item 6), (2) Mekanik memberikan layanan tepat pada waktunya (Item 7), (3) Kepala Mekanik memiliki kemampuan menjelaskan apa saja kerusakan mobil dengan jelas (Item 9), (4) Admin membantu pelanggan dalam menulis apa saja kerusakan mobil pelanggan (Item 12), (5) Mekanik menyelesaikan keluhan pelanggan dengan baik (Item 13), (6) Pelanggan merasa aman jika

memperbaiki mobil di PT.Sri Indosiak Pekanbaru (Item 20), (7) Admin menyapa pelanggan dengan ramah (Item 21), (8) Mekanik memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan Pelanggan (Item 24) dan (9) Seluruh staff PT.Sri Indosiak mengucapkan salam di akhir layanan (Item 25).

Pembahasan

Analisa Hasil Importance Performance Analysis (IPA)

Dari hasil pemetaan yang dilakukan pada diagram kartesius dapat terlihat beberapa atribut yang perlu untuk dilakukannya perbaikan dan atribut-atribut perlu untuk dipertahankan oleh pihak perusahaan yang terbagi kedalam kuadran-kuadran (I, II, III, dan IV) sesuai dengan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja perusahaan.

Kuadran I adalah prioritas utama dimana pelanggan sebagai responden merasakan item tersebut sangat penting dan mempunyai harapan tinggi namun belum merasakan kinerja yang maksimal. Terdapat 9 (sembilan) item yang masuk ke kuadran I, yang artinya 9 (sembilan) item ini memiliki tingkat kepentingan tinggi tetapi tingkat pelayanan rendah. Adapun item-item tersebut: (1) PT.Sri Indosiak Pekanbaru memiliki lokasi yang strategis (Item 1). Atribut ini berada pada prioritas utama dimana konsumen memiliki tingkat kepentingan yang tinggi terhadap lokasi yang strategis PT.Sri Indosiak Pekanbaru tetapi kenyataannya konsumen merasa kepuasannya yang sudah cukup. (2) Ruang Tunggu di Kantor Nyaman (Item 4). Pada atribut ini, sebelumnya konsumen merasa penting dalam memiliki ruang tunggu yang cukup nyaman didalam kantor sehingga dapat memberikan pelayanan yang nyaman bagi konsumen, tetapi pada akhirnya konsumennya masih merasa ruang tunggu belum nyaman yang diinginkan konsumen. Oleh karena itu PT.Sri Indosiak lebih memperhatikan kenyamanan pelanggan didalam ruang tunggu. (3) Alat dan mesin yang digunakan masih berfungsi dengan baik (Item 5). Pada atribut ini, konsumen belum merasa puas atas alat dan mesin yang digunakan PT.Sri Indosiak Pekanbaru. Hal ini dikarenakan PT.Sri Indosiak belum bisa memastikan bahwa layanan benar-benar agar mendapatkan yang diinginkan. Adanya perbedaan antara responden laki – laki dan perempuan terhadap Alat dan Mesin yang digunakan masih berfungsi dengan baik. Dimana laki-laki lebih tau bagaimana cara alat dan mesin bekerja sehingga laki-laki lebih tau jika alat dan mesin bekerja dengan baik atau tidak. Sedangkan perempuan tidak tau bagaimana cara kerja alat dan mesin sehingga menurut perempuan alat dan mesin tidak bekerja dengan baik. (4) Seluruh Staff PT.Sri Indosiak dengan tulus membantu pelanggan (Item 10). Pada atribut ini, konsumen merasa penting tetapi merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan. Sebab ada beberapa staff yang belum dengan tulus membantu pelanggan. (5) Seluruh staff PT.Sri Indosiak menanamkan kepercayaan pelanggan (item 16). Pada atribut ini, Kepercayaan yang dianggap kurang penting bagi konsumen dan tingkat kepercayaannya juga kurang memuaskan bagi pelanggan. (6) Seluruh staff PT.Sri Indosiak memberikan pelayanan yang memuaskan (Item 17). Pada atribut ini, Produk maupun alat-alat yang digunakan di PT.Sri Indosiak Pekanbaru ini semua berasal dari kualitas produk yang baik, sehingga yang nantinya hasil yang dikeluarkan sangat memuaskan pelanggan. (7) Kemampuan Mekanik dalam memperbaiki mobil dapat dipercaya (Item 19). Pada atribut ini, Mekanik harus dapat dipercaya dalam memperbaiki mobil pelanggan, sehingga hasil perbaikan sesuai dengan keinginan pelanggan dan dapat memuaskan pelanggan. (8) Seluruh staff PT.Sri Indosiak mendengarkan keluhan pelanggan dengan sungguh-sungguh (Item 22). Pada atribut ini, Dengan mendengarkan segala keluhan pelanggan, maka pekerjaan akan lebih tepat sasaran dan akan lebih cepat selesai, sehingga dapat membuat pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan PT.Sri Indosiak.. (9) Seluruh staff meminta maaf atas setiap keluhan yang diajukan oleh pelanggan (Item 23). Pada atribut ini, Konsumen belum merasa seluruh staff meminta maaf secara tulus, sehingga PT.Sri Indosiak lebih memperhatikan staffnya agar lebih berhati-hati terhadap pelanggan. Perbedaan juga terjadi antara responden laki-laki dan perempuan terhadap Seluruh Staff meminta maaf atas setiap keluhan yang diajukan oleh pelanggan. Dimana terdapat ketidaksabaran laki-laki dalam mengatasi suatu masalah, pria dianggap terlalu emosi sehingga tidak bisa memaafkan. Sedangkan perempuan lebih didasari oleh perasaan sehingga perempuan lebih peka untuk memaafkan.

Kuadran II menunjukkan keberadaan atribut layanan yang juga dianggap penting oleh pelanggan dan pelayanannya sudah dianggap baik. Oleh karenanya PT.Sri Indosiak Pekanbaru harus mempertahankan kualitas pelayanannya. Terdapat 5 (lima) item yang masuk ke kuadran II, yang artinya 5 (lima) item ini memiliki tingkat kepentingan dan pelayanan yang tinggi. Adapun item-item tersebut: (1) PT.Sri Indosiak Pekanbaru memiliki lapangan kerja yang luas (Item 2). Pada atribut ini, Dengan memiliki lapangan kerja yang luas membuat pelanggan dapat memasukkan mobil beberapa unit sehingga dapat membuat pelanggan merasa tidak ditolak dengan banyaknya pekerjaan di PT.Sri Indosiak, sehingga pelanggan pun akan merasa puas. (2) Admin dan Kasir berpenampilan rapi (Item 3). Pada atribut ini, dengan penampilan admin dan kasir yang rapi dan sopan sehingga pelanggan pun akan merasa nyaman. (3) Admin berdiri menyambut pelanggan, memberi senyum dan salam, serta mempersilahkan duduk pada saat pelanggan datang (Item 11). Pada atribut ini, Dengan memberi senyum dan salam dan juga mempersilahkan pelanggan duduk, ini dapat membuat pelanggan merasa tidak dicuek in dan lebih dihormati. (4) Seluruh staff PT.Sri Indosiak Pekanbaru bersedia membantu pelanggan dengan baik (14). Pada atribut ini, bersedia membantu pelanggan dengan baik dianggap kurang penting tetapi pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan. (5) Seluruh staff PT.Sri Indosiak memberikan pelayanan dengan

cepat (Item 15). Pada atribut ini, dengan memberikan pelayanan yang cepat maka pelanggan tidak perlu menunggu lama untuk mobilnya sehingga pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang cepat ini.

Pada kuadran III menunjukkan beberapa atribut yang kurang penting dan kurang memuaskan, sehingga pengguna bersikap biasa-biasa saja. Terdapat 2 (dua) item yang ada pada kuadran III antara lain: (1) Mekanik secara akurat memverifikasi permintaan pelanggan (Item 8). Pada atribut ini, dengan akuratnya mekanik dapat memverifikasi permintaan kerusakan dari pelanggan ini dapat mempercepat perbaikan mobil pelanggan, sehingga dapat membuat pelanggan puas. (2) Seluruh staff PT.Sri Indosiak menepati janji penyelesaian masalah sesuai waktu yang ditentukan (Item 18). Pada atribut ini, dengan menepati janji waktu penyelesaian dengan tepat waktu ini membuat pelanggan lebih percaya dengan hasil pekerjaan PT.Sri Indosiak. Perbedaan persepsi berdasarkan informasi yang didapat terhadap janji yang diberikan. Dimana konsumen mendapat informasi dari berbagai sumber yang berbeda. Konsumen yang mendapat informasi dari pimpinan perusahaan berbeda dengan admin dalam memberikan informasi waktu yang diberikan.

Sedangkan pada kuadran terakhir yaitu kuadran IV terdapat 9 (sembilan) item yang menunjukkan faktor yang kurang penting namun pengguna sangat puas. (1) Pelayanan mekanik sesuai dengan janji yang diberikan (Item 6). Pada atribut ini, dengan memberikan janji yang diberikan sesuai dan tepat sasaran kerusakan dari mobil pelanggan, sehingga dapat membuat pelanggan merasa puas dan mempercayai pelayanan dari mekanik. (2) Mekanik memberikan layanan tepat pada waktunya (Item 7). Pada atribut ini, dengan memberikan pelayanan yang tepat waktu dapat membuat pelanggan merasa puas dan merasa tidak dipermainkan. (3) Kepala Mekanik memiliki kemampuan menjelaskan apa saja kerusakan mobil dengan jelas (Item 9). Pada atribut ini, dapat menjelaskan kerusakan mobil pelanggan dengan jelas itu dapat membuat pelanggan lebih percaya dan merasa tidak dipermainkan dikarenakan pelanggan juga dapat menambah wawasan apa dan bagaimana kerusakan mobil itu bisa terjadi. (4) Admin membantu pelanggan dalam menulis apa saja kerusakan mobil pelanggan (Item 12). Pada atribut, membantu pelanggan dalam menulis kerusakan mobil pelanggan mungkin akan dianggap kurang penting tetapi pelanggan merasa puas dan tidak kelupaan apa saja kerusakan mobil. Adanya perbedaan kepuasan pelanggan berdasarkan pekerjaan terhadap Admin membantu pelanggan dalam menulis apa saja kerusakan mobil pelanggan. Orang yang sudah bekerja didalam kehidupan sehari-hari tentu memiliki banyak pikiran sehingga dengan admin menulis apa saja kerusakan mobil dapat membantu pelanggan agar tidak lupa memperbaiki kerusakan mobil pelanggan. Oleh karena itu untuk mencapai pekerjaan yang tanpa cacat atau kesalahan ini dibutuhkan sebuah ketelitian serta sebuah kejujuran sama dengan halnya di PT.Sri Indosiak Pekanbaru, para staff dinilai memiliki kemampuan dalam menulis semua kerusakan mobil konsumen dan melayani tanpa membedakan status kedudukan. (5) Mekanik menyelesaikan keluhan pelanggan dengan baik (Item 13). Pada atribut ini, memberikan pelayanan dengan baik dapat membuat pelanggan merasa puas dan dapat mempercayai mekanik. (6) Pelanggan merasa aman jika memperbaiki mobil di PT.Sri Indosiak Pekanbaru (Item 20). Pada atribut ini, merasa aman jika memperbaiki mobil di PT.Sri Indosiak mungkin tidak dianggap terlalu penting tapi pelanggan merasa puas dan aman. Admin menyapa pelanggan dengan ramah (Item 21). Pada atribut ini, admin menyapa pelanggan dengan ramah mungkin tidak terlalu dianggap penting tetapi pelanggan merasa puas dan merasa lebih di hormati. (7) Admin menyapa pelanggan dengan ramah (Item 21). Pada atribut ini, admin menyapa pelanggan dengan ramah mungkin tidak terlalu dianggap penting tetapi pelanggan merasa puas dan merasa lebih di hormati. (8) Mekanik memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan Pelanggan (Item 24). Pada atribut ini, dengan memberikan solusi yang tepat sehingga membuat pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya yang lebih besar untuk memperbaiki mobilnya. (9) Seluruh staff PT.Sri Indosiak mengucapkan salam di akhir layanan (Item 25). Pada atribut ini, mengucapkan salam diakhir layanan mungkin kurang dianggap penting tetapi pelanggan merasa.

Analisa Hasil Customer Satisfaction Index (CSI)

Penjualan PT.Sri Indosiak Pekanbaru dari tahun ke tahun bisa dikatakan mengalami peningkatan. Peningkatan penjualan PT.Sri Indosiak Pekanbaru disebabkan karena adanya peningkatan produk dan jasa. Kualitas produk tidak bisa dijadikan sebagai alat membandingkan penjualan, karena bengkel yang satu dengan bengkel yang lainnya memiliki produk yang sama. Perbedaan antara bengkel terletak pada kualitas pelayanan. Maka dapat diukur seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan PT.Sri Indosiak Pekanbaru, maka seluruh peran staff PT.Sri Indosiak Pekanbaru sangat diperlukan. PT.Sri Indosiak Pekanbaru berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya agar mendapat pandangan positif dari para pelanggannya. Karena jika pelanggannya sudah memiliki pandangan positif terhadap PT.Sri Indosiak Pekanbaru maka akan berdampak positif juga citra PT.Sri Indosiak Pekanbaru. Dalam penelitian ini kualitas layanan yang diteliti didasarkan pada beberapa faktor yaitu faktor *tangible, reliability, responsiveness, empathy dan assurance*.

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada PT Sri Indo Siak Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Anton Suwardi, Yanti Mayasari Ginting, Zulhelmi, dan Sagita Charolina Sihombing)

Tabel 11. Hasil Pengujian Customer Satisfaction Index (CSI)

Penelitian CSI		
Variabel	Presentase	Hasil
<i>Tangible</i>	79 %	Puas
<i>Reliability</i>	80 %	Sangat Puas
<i>Responsiveness</i>	85 %	Sangat Puas
<i>Emphaty</i>	76 %	Puas
<i>Assurance</i>	80 %	Sangat Puas

Sumber: Data Olahan, 2022.

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan: (1) *Tangible* atau bukti fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Pada bukti fisik sebagian konsumen merasa sangat puas dengan PT. Sri Indosiak Pekanbaru memiliki lapangan kerja yang luas PT. Sri Indosiak Pekanbaru memiliki lokasi yang strategis. Harapan responden yang tinggi ditunjukkan pada Admin dan Kasir berpenampilan rapi. Seperti di bengkel lainnya memiliki Admin dan Kasir berpenampilan rapi. Sehingga Admin dan Kasir berpenampilan rapi di PT. Sri Indosiak Pekanbaru kurang memuaskan bagi pelanggan. (2) *Reliability* atau keandalan dalam penelitian ini diartikan sebagai kemampuan staff untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, tepat waktu dan dapat dipercaya. Dalam dimensi *reliability* seluruh atribut dapat dikatakan berjalan dengan baik. Staff PT. Sri Indosiak Pekanbaru bekerja dengan tanggap, tingkat kesalahan kecil dan kualitas memuaskan. Para staff dilatih untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, jika staff bekerja dengan tanggap dan kesalahan kecil maka para konsumen pasti akan merasa senang dan puas dalam menerima pelayanan dari PT. Sri Indosiak Pekanbaru. Namun para staff PT. Sri Indosiak Pekanbaru masih dinilai belum semuanya staff yang memiliki pengetahuan yang luas dan kemampuan mengelola dalam pelayanan yang memadai. Hal tersebut dibuktikan dengan sebagian responden cenderung merasa kurang puas dengan mekanik memberikan layanan tepat pada waktunya. (3) *Responsiveness* atau tanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan. Secara singkat dapat diartikan sebagai kemauan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan cepat. Dalam dimensi *Responsiveness*, hasil dari CSI merupakan hasil yang paling tinggi. Staff PT. Sri Indosiak Pekanbaru bekerja dengan tanggap, informasi yang jelas serta memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Namun ketika konsumen ingin meminta permintaan khusus kepada staff tetapi ada beberapa staff yang belum bisa memastikan bahwa layanan yang benar-benar agar pelanggan mendapatkan yang diinginkan. Hal ini membuat responden cenderung merasa kurang puas dengan sikap yang diberikan oleh staff. (4) *Emphaty* dalam penelitian ini adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memberikan pelayanan tanpa melihat status seorang konsumen. Secara singkat dapat diartikan sebagai usaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual. Dalam dimensi *emphaty*, staff selalu memiliki kebiasaan yang baik seperti selalu diakhiri dengan mengucapkan terima kasih kepada konsumen. Staff mampu memberikan kepedulian dan mengutamakan kepentingan konsumen dalam bekerja, terutama staff dapat memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan seorang konsumen. (5) *Assurance* atau jaminan yang merupakan keramahan, kesopanan, dan kemampuan para staff perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Secara singkat dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keramahan tamahan personil dan kemampuan personil untuk dapat dipercaya dan diyakini. Dalam dimensi *assurance*, seluruh atribut dapat dikatakan berjalan dengan baik. Pelanggan sudah merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan PT. Sri Indosiak Pekanbaru. Dimana Konsumen merasa sangat puas terhadap layanan para staff PT. Sri Indosiak Pekanbaru” setelah konsumen mengakhiri sebuah pembelian, dimana para staff PT. Sri Indosiak tetap bersikap ramah terhadap konsumen meskipun konsumen tersebut sudah berkali-kali kunjungan maupun konsumen yang merupakan kunjungan pertama kali.

PENUTUP

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan Pelanggan pada PT. Sri Indosiak Pekanbaru dapat dilihat dari nilai *Costumer Satisfaction Index* (CSI) sebesar 80%. Nilai tersebut berada diantara 0,80-1,00 yang berarti konsumen merasa sangat puas atas pelayanan PT. Sri Indosiak Pekanbaru. Berdasarkan *Performance Importance Analysis* (IPA) atribut pada dimensi yang diteliti masuk ke dalam empat kuadran, yakni (1) Pada dimensi *Tangible* yang terletak di kuadran I yaitu PT. Sri Indosiak Pekanbaru memiliki lokasi yang strategis, ruang tunggu di kantor nyaman, alat dan mesin yang digunakan masih berfungsi dengan baik. Pada kuadran II yaitu PT. Sri Indosiak Pekanbaru

memiliki lapangan kerja yang luas, admin dan Kasir berpenampilan rapi. Tidak terdapat atribut yang termasuk dalam kuadran III dan kuadran IV., (2) Pada dimensi *Reliability* yang terletak di kuadran I yaitu Seluruh staff PT. Sri Indosiak dengan tulus membantu pelanggan. Tidak terdapat atribut yang termasuk dalam Kuadran II. Pada kuadran III yaitu mekanik secara akurat memverifikasi permintaan pelanggan. Pada kuadran IV yaitu pelayanan mekanik sesuai dengan janji yang diberikan, mekanik memberikan layanan tepat pada waktunya, kepala Mekanik memiliki kemampuan menjelaskan apa saja kerusakan mobil dengan jelas, (3) Pada dimensi *Responsiveness* tidak terdapat atribut yang termasuk dalam Kuadran I. Pada kuadran II yaitu admin berdiri menyambut pelanggan, memberi senyum dan salam, serta mempersilahkan duduk pada saat pelanggan datang, seluruh staff PT. Sri Indosiak Pekanbaru bersedia membantu pelanggan dengan baik, seluruh staff PT. Sri Indosiak memberikan pelayanan dengan cepat. Tidak terdapat atribut yang termasuk dalam Kuadran III. Pada kuadran IV yaitu admin membantu pelanggan dalam menulis apa saja kerusakan mobil pelanggan, mekanik menyelesaikan keluhan pelanggan dengan baik. (4) Pada dimensi *Empathy* yang terletak di kuadran I yaitu seluruh staff PT. Sri Indosiak menanamkan kepercayaan Pelanggan kepada PT. Sri Indosiak Pekanbaru, seluruh staff PT. Sri Indosiak memberikan pelayanan yang memuaskan, kemampuan Mekanik dalam memperbaiki mobil dapat dipercaya, Tidak terdapat atribut yang termasuk dalam kuadran II. Pada kuadran III yaitu seluruh staff PT. Sri Indosiak menepati janji penyelesaian masalah sesuai waktu yang ditentukan. Pada kuadran IV pelanggan merasa aman jika memperbaiki mobil di PT. Sri Indosiak Pekanbaru. (5) Pada dimensi *Assurance* yang terletak di kuadran I yaitu seluruh staff PT. Sri Indosiak mendengarkan keluhan Pelanggan dengan sungguh-sungguh, seluruh staff meminta maaf atas setiap keluhan yang diajukan oleh pelanggan. Tidak terdapat atribut yang termasuk dalam kuadran II dan III. Pada kuadran IV yaitu pelanggan merasa aman jika memperbaiki mobil di PT. Sri Indosiak Pekanbaru, admin menyapa pelanggan dengan ramah, mekanik memberikan solusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan Pelanggan, seluruh staff PT. Sri Indosiak mengucapkan salam di akhir layanan.

Dengan memperhatikan beberapa kesimpulan diatas, maka terdapat beberapa saran yang diharapkan berguna bagi pihak perusahaan, yaitu Pihak PT. Sri Indosiak Pekanbaru dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mencari atribut apa saja yang dirasa kurang optimal oleh konsumen PT. Sri Indosiak Pekanbaru, sehingga dapat dilakukan evaluasi guna meningkatkannya. Dan untuk atribut yang dirasa sudah optimal, maka PT. Sri Indosiak Pekanbaru dapat terus menjaga konsistensi agar dapat bersaing dengan optik lainnya. PT. Sri Indosiak Pekanbaru sebaiknya segera memperbaiki atribut-atribut yang berada di kuadran I diagram *Importance Performance Analysis*. PT. Sri Indosiak Pekanbaru harus mempertahankan atribut-atribut yang terletak pada kuadran II sehingga konsumen akan tetap merasa terpuaskan. Untuk kinerja staff secara rutin untuk mempertahankan konsumen. Agar lebih hemat biaya dan tenaga lebih baik mengalokasikan perbaikan-perbaikan atribut pada kuadran III dan IV kepada atribut kuadran I terlebih dahulu, karena atribut tersebut dianggap paling penting oleh konsumen tanpa menghilangkan-hilangkan perhatian kepada atribut lainnya. Atribut lain sebaiknya dilaksanakan pelayanannya namun harus dilihat dan sesuai dengan porsi dan tingkat kepentingannya sehingga tidak menimbulkan efek berlebihan. PT. Sri Indosiak Pekanbaru sebaiknya melakukan pemantauan secara berkala dan terus menerus tentang kepuasan pelanggan, sehingga dapat diketahui variabel atau dimensi kualitas pelayanan yang diperlukan konsumen karena keinginan dan persepsi dari pelanggan semakin berkembang seiring perkembangan waktu.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Ismail, I., H. (2006). *Service Quality Client Malaysia, Satisfaction and Loyalty Toward Audit Firm: Perception of Public Listed Companies*. *Managerial Auditing Journal*, 21(7), Pp:738- 756.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*, edisi ketiga belas. In Jakarta: Erlangga.
- Sangadji, E.M., dan S. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Pemasaran Strategik*. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).