

**Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan *Service Quality* Menggunakan Metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analisis (IPA)***

Fadia Paloma Sari<sup>a</sup>, Intan Maharani Rosiana<sup>b</sup>, Kianeta Merlin<sup>c</sup>, Qurrota A'yun Purwanto<sup>d</sup>,  
Latifah Helsa Febriana<sup>e</sup>, Afifah Pangestuty<sup>f</sup>

<sup>a,b,d,c,e,f</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, Indonesia  
Corresponding email: [intanmarona59@gmail.com](mailto:intanmarona59@gmail.com)

**Article information**

**Publication Date** : June, 30<sup>th</sup>  
2024

**Kata kunci:**

Kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, indeks kepuasan pelanggan, SERVQUAL

**Keywords:**

*Customer satisfaction, service quality, customer satisfaction index, importance performance analisis, SERVQUAL*

**ABSTRAK**

Persaingan yang ketat dalam bisnis kuliner menjadikan banyak pengusaha berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan terbaik sehingga konsumen merasa puas dengan produk mereka. Jujugan cafe adalah salah satu bisnis kuliner dilingkungan kampus UIN Raden Mas Surakarta. namun, Jujugan cafe mendapatkan beberapa keluhan dari pelanggan terkait kualitas pelayanan. Guna memahami dan meningkatkan pengalaman pelanggan, maka dari itu peneliti melakukan survei atau penilaian reguler untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian ini berfokus dalam mengukur dan menganalisa tingkat *service quality* terhadap kepuasan konsumen Jujugan Cafe. Pada penelitian ini digunakan metode SERVQUAL guna mengidentifikasi aspek-aspek yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan Jujugan Cafe, pengaplikasian CSI berguna dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen, sedangkan IPA digunakan dalam mengukur tingkat kesesuaian diantara faktor kinerja dan kepentingan. Penelitian ini berhasil menunjukkan presentase dari metode CSI sebesar 81,73 % yang mengindikasikan pelanggan telah berada pada tingkat sangat puas. Kemudian berdasarkan analisis IPA atribut yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan adalah karyawan segera melayani konsumen ketika sedang berkunjung. Untuk itu, solusi yang disarankan adalah peningkatan kualitas pelayanan. Selain itu, Jujugan cafe juga perlu memperhatikan aspek-aspek yang mempunyai tingkat kepuasan yang rendah, namun mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi.

**ABSTRACT**

*Tight competition in the culinary business makes many entrepreneurs compete to provide the best service, and the customers feel satisfied with their products. Jujugan Cafe is one of the culinary businesses in the UIN Raden Mas Surakarta campus environment. However, Jujugan Cafe has received several complaints from customers regarding service quality. To understand and improve the customer experience, researchers conduct regular surveys or assessments to get customer feedback about the quality of service. This research focuses on measuring and analyzing the level of service quality of Jujugan Cafe consumer satisfaction. In this research, the SERVQUAL method was used to identify aspects that affect the quality of Jujugan Cafe's service; the CSI application is useful in measuring consumer satisfaction, while IPA is used in measuring the level of conformity between performance and interest factors. This research showed the percentage of the CSI method of 81.73%, indicating that customers are at a very satisfied level. Based on the IPA analysis, the attribute that is the top priority for improvement is that employees immediately serve consumers when they visit. For this reason, the recommended solution is to improve service quality. In addition, Jujugan cafe also needs to pay attention to the low satisfaction level aspects, which are of high importance.*

## Pendahuluan

Era Globalisasi mendorong persaingan bisnis semakin ketat, terutama di sektor bisnis yang beroperasi di bidang makanan dan minuman seperti restoran, *cafe*, dan *coffeeshop*. Untuk memberikan identitas diri, para pemilik usaha berinovasi dengan ide kreatif seperti pemilihan nama unik, menu yang unik, enak beragam, menciptakan pelayanan yang baik dan lainnya untuk mencapai kepuasan pelanggan. Persaingan di industri F&B atau *food and beverage* ini semakin berkembang, sehingga badan usaha harus dapat memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi kepuasan pelanggannya (Siregar, 2021). Pelayanan merupakan cara untuk berinteraksi dan memperlakukan pelanggan. Kualitas pelayanan mencakup tindakan-tindakan yang dilakukan untuk memenuhi harapan pelanggan atau bahkan melebihi harapan tersebut (Avianty & Waloejo, 2019).

Dalam industri kuliner, restoran maupun *café* yang mengutamakan kepuasan pelanggan memiliki keunggulan kompetitif yang jelas. Konsumen yang puas akan cenderung semakin loyal, yang menghasilkan lebih banyak pembelian berikutnya dan keinginan untuk membayar harga lebih mahal pada penawaran barang atau jasa tersebut. Kepuasan pelanggan menghasilkan loyalitas pelanggan atau loyalitas penjual (Vincentius & Putra, 2024). Kemampuan perusahaan untuk memuaskan pelanggannya dan meningkatkan kinerja pemasaran sangat penting untuk kelangsungan bisnisnya. Keunggulan kompetitif perusahaan saat ini didasarkan pada jaminan kualitas, karena kebahagiaan pelanggan ditentukan oleh kualitas produk atau layanan yang diharapkan pelanggan (Pratama & Kusumastuti, 2024). Dengan demikian, jika konsumen memiliki pengalaman positif terhadap produk, toko, atau layanan, mereka akan merasa puas dan senang. Sebaliknya, jika konsumen mengalami pengalaman negatif terhadap produk, toko, atau layanan tersebut, maka tingkat kepuasan mereka akan rendah dan mereka akan merasa kecewa (Regina et al., 2020).

Jujugan *Cafe* merupakan bagian dari program Laboratorium FEBI, UIN Raden Mas Said Surakarta yang memiliki arah perhatian pada unit kewirausahaan dengan melakukan bisnis kuliner di wilayah kawasan FEBI. Dengan menyajikan beragam menu dengan harga terjangkau, kualitas pelayanan Jujugan *Cafe* menjadi faktor kunci dalam upaya mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, menjaga daya tarik, dan memenangkan persaingan di tengah keberadaan banyak pesaing di sekitar kampus. Menurut penelitian Rahmadi (2023), Jujugan *Cafe* mendapat beberapa keluhan dari pelanggan mulai dari aspek kualitas pelayanan, harga, dan suasana *cafe* (Rahmadi, 2023). Dalam upaya untuk memahami dan meningkatkan pengalaman pelanggan, penting untuk mulai mengadakan survei atau penilaian reguler untuk mendapatkan umpan balik dari pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah yang dirumuskan adalah analisis tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Jujugan *Cafe*. Metode *SERVQUAL* digunakan untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan Jujugan *Cafe*, sementara metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, sedangkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengukur tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan.

## Kajian Teori

### Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan ialah hasil dari kualitas layanan yang disediakan oleh suatu perusahaan. Kepuasan ini dapat ditingkatkan melalui perbaikan pelayanan yang bertujuan untuk memperkuat hubungan antara konsumen dan perusahaan, sehingga mengurangi ketidaknyamanan konsumen dan memperbaiki pengalaman mereka secara keseluruhan (Anindya & Iva Mindhayani, 2021). Menurut Pranitasari & Sidqi (2021), kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan emosional seseorang yang dihasilkan dari perbandingan persepsi kinerja produk dengan harapannya selama periode waktu tertentu di mana kinerja alternatif sekurang-kurangnya sama atau lebih baik dari yang diharapkan setelah konsumen merasakan

produk (Pranitasari & Sidqi, 2021). Menurut Kim et al. (2019) kepuasan pelanggan merupakan keadaan pada saat pelanggan merasa puas, baik pada kualitas produk maupun keseluruhan interaksi yang dialami oleh pelanggan. Renaldi et al. (2023) kepuasan pelanggan merujuk pada situasi di mana keinginan dan ekspektasi pelanggan tercapai sepenuhnya, menghasilkan perasaan puas. Dengan demikian, jika pelanggan merasakan kepuasan terhadap produk ataupun layanan jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan, kemungkinan besar mereka akan terus melakukan pembelian ataupun menggunakan layanan jasa tersebut (Sholikhah & Hadita, 2023).

Menurut Vincentius & Putra (2024), terdapat dua tipe pelanggan yang mencapai titik kepuasan. Pertama, konsumen yang puas dengan barang atau jasa lebih cenderung menjadi loyal terhadap merek tersebut. Pelanggan lebih cenderung untuk mengunjungi kembali tempat yang mereka sukai dan bahkan dapat membantu orang lain. Dengan meningkatkan jumlah penjualan dan mempermudah mendapatkan pelanggan baru, fenomena ini dapat membantu bisnis berkembang secara signifikan. Kedua, pelanggan yang puas dengan pembelian mereka juga sering menunjukkan tingkat penerimaan yang lebih tinggi terhadap biaya yang meningkat, sehingga hal ini dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Ketiga, pelanggan yang merasa puas tidak akan memberikan keluhan dan pengembalian suatu produk atau layanan, sehingga dampak kepuasan pelanggan dapat menekan biaya secara signifikan. Oleh karena itu, perusahaan yang memperhatikan kebahagiaan pelanggan dapat bertahan dalam pangsa pasar yang semakin ketat (Vincentius & Putra, 2024).

Menurut Siregar (2021) Kepuasan pelanggan adalah elemen penting untuk menjaga keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang, sehingga pengusaha perlu menjamin bahwa pelanggan merasa puas. Kepuasan ini tidak hanya dicapai melalui layanan berkualitas, tetapi juga melalui berbagai faktor lainnya yang bisa meningkatkan kebahagiaan konsumen. Kepuasan tidak hanya sampai pada penilaian kualitas pelayanannya saja, faktor-faktor lain juga ada yang mempengaruhi, seperti:

1. Pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang konsumen terima memenuhi atau bahkan melebihi apa yang harapan mereka.
2. Kepuasan pelanggan tercapai jika produk yang konsumen gunakan terbukti mempunyai kualitas mutu yang baik.
3. Produk dengan kualitas mutu yang sama, namun ditawarkan dengan harga di bawah harga lainnya, akan dinilai lebih oleh konsumen.
4. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh situasi atau kondisi yang mereka alami.
5. Karakteristik pribadi pelanggan, termasuk kebutuhan individu mereka, juga menjadi faktor penentu kepuasan mereka.
- 6.

## **Service Quality**

*Service quality* atau kualitas layanan merupakan salah satu faktor timbulnya keinginan membeli produk ataupun dalam penggunaan suatu jasa. Apabila pelanggan mendapatkan layanan terbaik dan optimal, maka kepuasan mereka terpenuhi (Udayana et al., 2022). Namun, sebaliknya apabila konsumen mendapatkan pelayanan yang buruk, maka kepuasan tidak cukup terpenuhi. Begitupun pada kinerja layanan pelanggan yang optimal, maka pelanggan akan terpenuhi kepuasan mereka, bahkan mereka akan tetap setia dengan produk yang ditawarkan dan juga konsumen akan membagikan pengalaman yang didapat pada calon konsumen lainnya. Hal tersebut sesuai lima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Kotler dalam Hadining (2020), yaitu wujud fisik (*tangible*), kepercayaan (*reliability*), jawaban (*response*), kepastian (*assurance*), dan kepedulian (*empathy*) (Hadining, 2020).

Menurut Alfarisyi & Andesta (2022), definisi dari kelima dimensi yaitu:

1. *Tangible* ialah keadaan bisnis yang sebenarnya, yang mencakup lokasi bisnis, kondisi ruangan, dan peralatan yang dimiliki
2. *Reliability* disini berarti keakuratan dalam pelayanan, yang mencakup ketepatan dan profesionalitas. Ini sangat penting karena dapat menarik kenyamanan pelanggan

3. *Response* merupakan sarana komunikatif tanggap apabila saat pelanggan bingung.
4. *Assurance* bisa didefinisikan sebagai aspek jaminan atas keamanan dan kenyamanan konsumen terhadap layanan yang diberikan. Penggunaan jasa tidak menyebabkan kerugian, seperti menjaga keamanan data
5. Perhatian tulus pelaku usaha kepada pelanggan dikenal sebagai *empathy*. Pelayanan pelanggan sangat baik.

Kualitas pelayanan menjadi penggerak untuk pelanggan dalam membeli barang dan jasa yang dibutuhkan. Kepuasan pelanggan akan diperoleh jika kinerja pada kualitas pelayanan seperti yang diharapkan serta akan merasa sangat puas dan rasa ingin berbagi pengalaman apabila kinerja pada kualitas pelayanan melebihi apa yang diharapkan (Naini et al., 2022 'Pranitasari & Sidqi, 2021).

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2022) yang berakar pada filsafat positivisme. Metode-metode ini digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan instrumen penelitian. Analisis data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif dan statistik, yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi sasaran penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang terdaftar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang berjumlah 1200 orang. Untuk memastikan keterwakilan, penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel probabilitas, khususnya pengambilan sampel cluster atau pengambilan sampel area. Dengan menerapkan rumus Yamane, ditentukan jumlah sampel sebesar 92, dengan kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%. Untuk penelitian ini, partisipannya terdiri dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Sais Surakarta yang pernah mengunjungi Jujugan Cafe minimal satu kali. Data primer yang dikumpulkan untuk penelitian ini mencakup berbagai aspek seperti informasi responden, afiliasi program akademik, indeks kepuasan pelanggan, dan analisis kinerja kepentingan. Untuk mengumpulkan data tersebut digunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Data survei yang terkumpul selanjutnya dianalisis menggunakan *Microsoft Excel* dan aplikasi SPSS (*Statistical Program for Social Science*)

## Hasil dan Pembahasan

### Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji validitas dan uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan keakuratan setiap atribut atau instrumen yang akan digunakan dalam penelitian berupa kuesioner. Pernyataan dalam kuesioner dianggap valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Namun, dianggap tidak valid apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ . Nilai  $r_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel  $r$  dengan ketentuan  $df = (N-2)$ , dengan tingkat signifikansi 10% (0,1) sehingga  $r_{tabel}$  pada penelitian ini sebesar 0,306. Hasil uji validitas atribut pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel yang menunjukkan bahwa setiap pernyataan valid.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas

| Atribut | T.Kinerja<br>r hitung | T.Kepentingan<br>r hitung | R tabel | Keterangan |
|---------|-----------------------|---------------------------|---------|------------|
| K1      | 0,787                 | 0,735                     | 0,306   | valid      |
| K2      | 0,645                 | 0,769                     | 0,306   | valid      |
| K3      | 0,702                 | 0,769                     | 0,306   | valid      |
| K4      | 0,753                 | 0,790                     | 0,306   | valid      |
| K5      | 0,719                 | 0,660                     | 0,306   | valid      |
| K6      | 0,703                 | 0,715                     | 0,306   | valid      |
| K7      | 0,711                 | 0,768                     | 0,306   | valid      |
| K8      | 0,435                 | 0,709                     | 0,306   | valid      |
| K9      | 0,690                 | 0,648                     | 0,306   | valid      |
| K10     | 0,775                 | 0,831                     | 0,306   | valid      |
| K11     | 0,553                 | 0,607                     | 0,306   | valid      |
| K12     | 0,642                 | 0,454                     | 0,306   | valid      |
| K13     | 0,636                 | 0,416                     | 0,306   | valid      |
| K14     | 0,733                 | 0,585                     | 0,306   | valid      |
| K15     | 0,702                 | 0,766                     | 0,306   | valid      |
| K16     | 0,640                 | 0,721                     | 0,306   | valid      |
| K17     | 0,726                 | 0,738                     | 0,306   | valid      |

Uji reabilitas dilakukan untuk melihat tingkat reliabel pada kuesioner dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka dapat dikatakan kuesioner andal atau moderat. Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel yang menunjukkan reliabel dengan tingkat reabilitas sangat andal atau sempurna.

**Tabel 2.** Hasil Uji Reabilitas

| Atribut             | <i>Cronbach's Alpha</i> | Koefisien R | Keterangan |
|---------------------|-------------------------|-------------|------------|
| Tingkat Kinerja     | 0,927                   | 0,6         | Reliabel   |
| Tingkat Kepentingan | 0,932                   | 0,6         | Reliabel   |

**Customer Satisfaction Index (CSI)**

Untuk mengukur kepuasan terhadap CSI, dilakukan beberapa langkah antara lain penentuan *Mean Importance Score (MIS)*, *Weight Factor (WF)*, *Mean Satisfaction Score (MSS)*, *Weight Score (WSi)*, dan selanjutnya perhitungan nilai CSI. Dalam penelitian khusus ini, skor CSI diklasifikasikan ke dalam empat kriteria berbeda, mulai dari Sangat Tidak Puas hingga Sangat Puas (Widiyanto et al., 2023).

Dalam penelitian ini, *Customer Satisfaction Index (CSI)* dikelompokkan ke dalam lima kategori, dimulai dari tingkat ketidakpuasan hingga tingkat kepuasan yang sangat tinggi. Berikut adalah lima kategori tersebut :

**Tabel 3.** Kriteria Tingkat Kepuasan

| No. | Nilai CSI (%) | Keterangan  |
|-----|---------------|-------------|
| 1.  | 81%-100%      | Sangat Puas |
| 2.  | 66%-80.99%    | Puas        |
| 3.  | 51%-65.99%    | Cukup Puas  |
| 4.  | 35%-50.99%    | Kurang Puas |
| 5.  | 0-34.99%      | Tidak Puas  |

Sumber : Siahaan & Agustini (2021)

**Tabel 4.** Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index*

| No.          | Atribut | Rata-rata Tingkat Kinerja | Rata-rata Tingkat Kepentingan | WF          | WS             |
|--------------|---------|---------------------------|-------------------------------|-------------|----------------|
| 1.           | K1      | 4,06                      | 4,2                           | 5,80%       | 23,58%         |
| 2.           | K2      | 3,89                      | 4,29                          | 5,93%       | 23,07%         |
| 3.           | K3      | 3,97                      | 4,28                          | 5,91%       | 23,49%         |
| 4.           | K4      | 3,88                      | 4,21                          | 5,82%       | 22,58%         |
| 5.           | K5      | 4,09                      | 4,33                          | 5,98%       | 24,49%         |
| 6.           | K6      | 4,1                       | 4,24                          | 5,86%       | 24,04%         |
| 7.           | K7      | 4                         | 4,17                          | 5,76%       | 23,06%         |
| 8.           | K8      | 4,22                      | 4,27                          | 5,90%       | 24,91%         |
| 9.           | K9      | 4,07                      | 4,25                          | 5,87%       | 23,92%         |
| 10.          | K10     | 4,06                      | 4,2                           | 5,80%       | 23,58%         |
| 11.          | K11     | 4,26                      | 4,36                          | 6,02%       | 25,68%         |
| 12.          | K12     | 4,17                      | 4,24                          | 5,86%       | 24,45%         |
| 13.          | K13     | 4,08                      | 4,29                          | 5,93%       | 24,20%         |
| 14.          | K14     | 4,15                      | 4,18                          | 5,78%       | 23,98%         |
| 15.          | K15     | 4,09                      | 4,26                          | 5,89%       | 24,09%         |
| 16.          | K16     | 4,08                      | 4,26                          | 5,89%       | 24,03%         |
| 17.          | K17     | 3,99                      | 4,28                          | 5,91%       | 23,61%         |
| <b>Total</b> |         | <b>69,16</b>              | <b>72,31</b>                  | <b>100%</b> | <b>406,85%</b> |

Untuk menentukan nilai *Customer Satisfaction Index*, nilai skor tertimbang dibagi dengan skala maksimum yang digunakan dalam penelitian ini.

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS}{HS} 100\% = \frac{406,85}{5} 100\% = 81,37\%$$

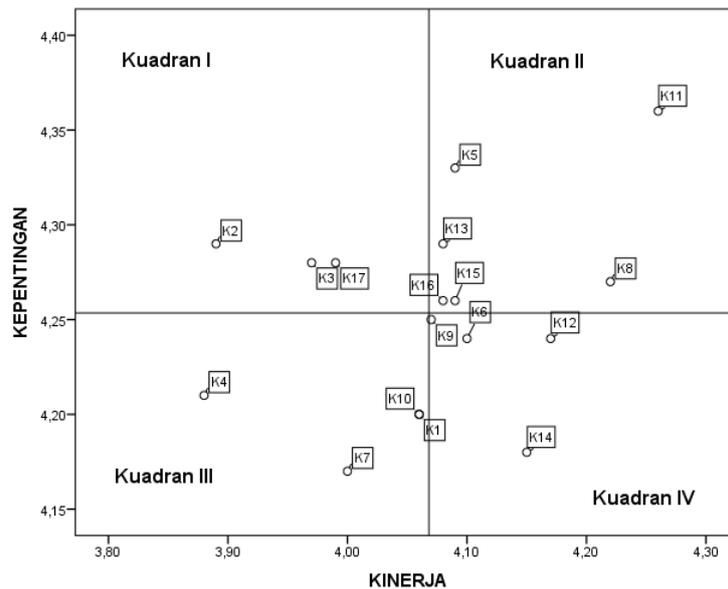
Setelah perhitungan menggunakan CSI dilakukan, didapatkan hasil sebesar 81,37 %, angka ini berada pada rentang 81%-100%. Angka indeks ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen terhadap pelayanan Jujugan Cafe berada pada tingkat sangat puas. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan, indeks kepuasan konsumen terhadap pelayanan Jujugan Cafe telah memenuhi harapan konsumen. Jujugan Cafe dapat memertahankan kualitas pelayanan ini agar dapat mempertahankan juga kepuasan pelanggan pada saat ini.

#### **Importance Performance Analysis (IPA)**

Tingkat kesesuaian bisa diartikan sebagai perbandingan antara nilai tingkat kinerja (*Performance*) dan nilai tingkat kepentingan (*Importance*), kemudian digunakan untuk menetapkan prioritas pada setiap atribut dalam suatu kuadran (Fedri & Anggraini, 2023). Perhitungan tingkat kesesuaian yang terdapat pada Tabel 4 menggambarkan kesesuaian antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan.

Tabel 5. Hasil Perhitungan *Importance Performance Analysis*

| No.                                  | Atribut | Rata-rata<br>Tingkat Kinerja | Rata-rata<br>Tingkat Kepentingan | Tingkat<br>Kepentingan | Kesesuaian   |
|--------------------------------------|---------|------------------------------|----------------------------------|------------------------|--------------|
| 1.                                   | K1      | 4,06                         | 4,2                              | 96,67%                 | Sesuai       |
| 2.                                   | K2      | 3,89                         | 4,29                             | 90,68%                 | Belum Sesuai |
| 3.                                   | K3      | 3,97                         | 4,28                             | 92,76%                 | Belum Sesuai |
| 4.                                   | K4      | 3,88                         | 4,21                             | 92,16%                 | Belum Sesuai |
| 5.                                   | K5      | 4,09                         | 4,33                             | 94,46%                 | Belum Sesuai |
| 6.                                   | K6      | 4,1                          | 4,24                             | 96,70%                 | Sesuai       |
| 7.                                   | K7      | 4                            | 4,17                             | 95,92%                 | Sesuai       |
| 8.                                   | K8      | 4,22                         | 4,27                             | 98,83%                 | Sesuai       |
| 9.                                   | K9      | 4,07                         | 4,25                             | 95,76%                 | Sesuai       |
| 10.                                  | K10     | 4,06                         | 4,2                              | 96,67%                 | Sesuai       |
| 11.                                  | K11     | 4,26                         | 4,36                             | 97,71%                 | Sesuai       |
| 12.                                  | K12     | 4,17                         | 4,24                             | 98,35%                 | Sesuai       |
| 13.                                  | K13     | 4,08                         | 4,29                             | 95,10%                 | Belum Sesuai |
| 14.                                  | K14     | 4,15                         | 4,18                             | 99,28%                 | Sesuai       |
| 15.                                  | K15     | 4,09                         | 4,26                             | 96,01%                 | Sesuai       |
| 16.                                  | K16     | 4,08                         | 4,26                             | 95,77%                 | Sesuai       |
| 17.                                  | K17     | 3,99                         | 4,28                             | 93,22%                 | Belum Sesuai |
| <b>Rata-rata Tingkat Kepentingan</b> |         |                              |                                  | <b>95,65%</b>          |              |



Gambar 1. Grafik Kuadran IPA

**Tabel 6.** Hasil Analisis Kuadran IPA

| Kuadran  | Dimensi  | Atribut  |
|--|--|--|
| <b>Kuadran I :<br/>Prioritas<br/>utama</b>       | <i>Responsiveness</i> dan<br><i>tangible</i>                             | K2. Karyawan Jujugan Cafe segera melayani Konsumen ketika sedang berkunjung.<br>K3. Tidak perlu menunggu terlalu lama dari pemesanan hingga makanan disajikan.<br>K17. Fasilitas pendukung yang ada di Jujugan Cafe seperti tempat cuci tangan sesuai dengan yang diharapkan.  |
| <b>Kuadran II :<br/>Pertahankan<br/>prestasi</b> | <i>Emphaty, reliability,</i><br>dan <i>tangible</i>                      | K5. Makanan yang disediakan oleh Jujugan Cafe higienis dan sehat.<br>K8. Harga makanan di Jujugan Cafe terjangkau dan sesuai dengan daya beli konsumen.<br>K11. Lokasi Jujugan Cafe mudah dijangkau<br>K13. Jujugan Cafe dekat tempat parkir yang luas, nyaman dan aman<br>K15. Makanan yang disediakan di Jujugan Cafe sesuai dengan selera konsumen<br>K16. Karyawan Jujugan Cafe memberikan pelayanan yang baik |
| <b>Kuadran III :<br/>Prioritas<br/>rendah</b>    | <i>Responsiveness,</i><br><i>assurance,</i> dan<br><i>emphaty</i>        | K1. Karyawan Jujugan Cafe memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian.<br>K4. Karyawan Jujugan Cafe selalu ada saat dibutuhkan.<br>K7. Ruangan di Jujugan Cafe menarik dan meja yang tersedia bersih.<br>K10. Harga makanan dan minuman di Jujugan Cafe lebih murah dibandingkan dengan tempat lain.   |
| <b>Kuadran IV :<br/>Berlebihan</b>               | <i>Assurance, emphaty,</i><br><i>reliability,</i> dan<br><i>tangible</i> | K6. Karyawan Jujugan Cafe ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan kepada pengunjung.<br>K9. Harga makanan dan minuman di Jujugan Cafe sesuai dengan kualitas rasa dan kuantitas (porsi).<br>K12. Lokasi strategis, banyak orang yang beraktivitas di sekitar Jujugan Cafe.<br>K14. Jujugan Cafe memiliki lingkungan yang mendukung untuk pendirian bisnis.                                  |

### Kuadran I (Prioritas Utama)

Terlihat pada kuadran I terdapat 3 atribut K2, K3 dan K17. Wilayah kuadran ini menunjukkan atribut-atribut yang di anggap penting oleh pelanggan Jujugan Cafe, namun masih belum terpenuhi sesuai yang diharapkan oleh pelanggan. Atribut-atribut ini berada pada tingkat kesesuaian rendah (dibawah dari 95,65%) secara keseluruhan. Sehingga Perlu adanya peningkatan terhadap atribut-atribut ini dengan terus melakukan perbaikan kinerja terhadap atribut tersebut. Atribut-atribut tersebut mencakup responsivitas karyawan pada atribut K2 dan K3 dengan tingkat kesesuaian 90,68% dan 92,76%, dan fasilitas pendukung (*tangible*) pada atribut K17 dengan tingkat kesesuaian 93,22%.

### Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Pada wilayah kuadran ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap penting oleh pelanggan sudah memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan dan tingkat kinerja di Jujugan

Cafe dianggap baik. Maka atribut ini perlu dipertahankan karena atribut ini bisa menjadi hal unggul untuk Jujugan cafe. Namun, terdapat atribut dengan tingkat kesesuaian rendah (dibawah 95,65%) sehingga perlu ada peningkatan pada atribut wilayah ini, karena dinilai cukup berpengaruh terhadap pelanggan. Atribut tersebut adalah makanan yang higienis dan sehat pada atribut K5 dengan tingkat kesesuaian 94,46% dan tempat parkir pada atribut K13 dengan tingkat kesesuaian 95,10%. Atribut lainnya mencakup daya beli pada atribut K8 (98,83%), lokasi pada atribut K11 (97,71%), selera konsumen pada atribut K15 (96,01%), dan pelayanan yang baik pada atribut K16 (95,77%).

### Kuadran III (Prioritas Rendah)

Wilayah kuadran ini bisa dikatakan cukup penting bagi pelanggan Jujugan Cafe dan kinerja dari Jujugan Cafe cukup baik. Namun, terdapat dua atribut yang memiliki tingkat kesesuaian rendah (dibawah 95,65%), perlu dipertimbangkan peningkatan kinerja terhadap atribut pada wilayah ini. Meskipun, hanya sedikit pengaruhnya terhadap pelanggan. Atribut tersebut diantaranya karyawan selalu ada saat dibutuhkan pada atribut K4 dengan tingkat kesesuaian 92,26%. Atribut lainnya mencakup penyajian yang cepat pada atribut K1 (97,67%), ruangan yang menarik dan bersih pada atribut K7 (95,92%), dan harga yang lebih murah dibanding dengan tempat lain pada atribut K10 (96,67%).

### Kuadran IV (Berlebihan)

Wilayah kuadran bagian ini dianggap kurang penting oleh pelanggan, namun kinerja yang diberikan terlalu berlebihan. Atribut-atribut didalam kuadran ini mungkin digunakan untuk menutupi kekurangan-kekurangan kinerja pada atribut-atribut lainnya. Atribut pada kuadran ini mencakup karyawan yang ramah dan selalu tersenyum pada atribut K6 (96,70%), harga yang sesuai dengan kuantitas dan kualitas pada atribut K9 (95,76%), lokasi yang strategis pada atribut K12 (98,35%), dan lokasi yang mendukung pendirian bisnis pada atribut K14 (99,28%).

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana tingkat kepuasan dari konsumen Jujugan Cafe melalui teori *SERVQUAL* sebagai aspek-aspek yang akan dievaluasi. Dari analisis yang dilakukan menggunakan metode CSI diperoleh sebesar 81,73 % yang menunjukkan telah berapa pada tingkat sangat puas. Berdasarkan analisis IPA atribut yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan adalah Karyawan segera melayani Konsumen ketika sedang berkunjung. Untuk itu, solusi yang disarankan adalah peningkatan kualitas pelayanan, seperti pengawasan dan evaluasi kinerja secara berkala oleh manajer kepada karyawan. Selain itu, Jujugan cafe juga perlu memperhatikan aspek-aspek yang mempunyai tingkat kepuasan yang rendah, namun mempunyai tingkat kepentingan yang tinggi. Tindakan ini penting untuk memastikan kepuasan pelanggan tercapai.

### Daftar Rujukan

- Alfarisyi, S., & Andesta, D. (2022). Analisis Perbaikan Servqual Menggunakan Metode IPA dan CSI di J&T Express Gresik. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 19(2), 186–194.
- Anindya, A. P., & Iva Mindhayani. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality. *Jurnal Intech Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 129–136. <https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3954>
- Avianty, V., & Waloejo, H. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–6.
- Fedri, R., & Anggraini, D. (2023). Kualitas Produk Ms Glow Dengan Metode Important Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) Pada Mahasiswa Kampus 1 Um Sumbar *Analysis of the Level of Customer Satisfaction on Price and Quality of Ms Glow Products Using Important*. XVII(01), 68–79.

- Hadining, A. F. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi). *Jati Undip : Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.14710/jati.15.1.1-10>
- Kim, W. H., Cho, J. L., & Kim, K. S. (2019). The relationships of wine promotion, customer satisfaction, and behavioral intention: The moderating roles of customers' gender and age. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 39(March), 212–218. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.03.001>
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.34-50>
- Pranitasari, D., & Sidqi, A. N. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 12–31. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.438>
- Pratama, M. A., & Kusumastuti, R. (2024). the Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction of Gojek Users. *AKSY Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 6(1), 98–111. <https://doi.org/10.15575/aksy.v6i1.31511>
- Rahmadi, S. H. (2023). Pengaruh Service Quality, Persepsi Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan Jujugan Cafe. 1–8.
- Regina, C., Seno, D., & Hermani, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 465–474. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28748>
- Renaldi, Khaerana, & Anhar Maulana. (2023). Analisis Kualitas Layanan E-Tracking Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Ekspedisi J&T Express Cabang Palopo. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 6(1), 54–63. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v6i1.93>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Di Bekasi Timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Siahaan, S. D. N., & Agustini, F. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) (Studi Kasus Pada BNI UNIMED). *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 2(1), 13–19. <http://ejournal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/686/457>
- Siregar, M. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Ompu Gende Coffee Medan Customer. *Jurnal Diversita*, 7(1), 114–120. <https://doi.org/https://doi.org/10.31289/diversita.v7i1.5190>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (ke 3, p. 546). Alfabeta.
- Tannady, H., Aditia, A., Bhadra, B., & Cung, C. (2023). Analysis of Service Quality to Increase Customer Satisfaction of Libro Café. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 2(3), 311–318. <https://doi.org/10.54408/jabter.v2i3.175>
- Udayana, I. B. N., Cahya, A. D., & Kristiani, F. A. (2022). Pengaruh Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada The Praja Coffee & Resto). *Scientific Journal Of Reflection : Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 173–179. <https://doi.org/10.37481/sjr.v5i1.449>
- Vincentius, F., & Putra, D. (2024). *Effect Of Food Quality And Physical Environment On Robucca Café Customer Satisfaction In Malang City*. 1–24.
- Widiyanto, R., Bramono, U. A., Handono, B. D., & Martin, A. Y. (2023). Penerapan Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Kefarmasian Di Apotek Narogong Bulan April 2022. *Jurnal Kefarmasian Akfarindo*, 2(April 2022), 115–123. <https://doi.org/10.37089/jofar.v8i2.208>