

Artikel Penelitian

Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* di UMKM Jajani Aja

Kurnia Adilah, Siti Rahma Sibuea, Mahrani Arfah

Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri, Universitas Islam Sumatera Utara. Medan, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Redaksi: 28 November 2023

Revisi Akhir: 20 Januari 2024

Diterbitkan Online: 15 Mei 2024

KATA KUNCI

Kualitas Pelayanan; Kinerja Karyawan;
Kepuasan Pelanggan;
Importance Performance Analysis (IPA)

KORESPONDENSI

Phone: +62 822-8208-0345

E-mail: kurniaadilah6@gmail.com

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kinerja karyawan UMKM Jajani aja menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Metode pengambilan data dilakukan dengan kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan melalui social media (WhatsApp). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 86 pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan nilai menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) di dapat yang pertama berada dalam Kuadran A terdapat 1 atribut. Kedua berada dalam kuadran B terdapat 4 atribut. Ketiga berada dalam Kuadran C, terdapat 8 atribut. Hasil rata-rata tingkat kepuasan pelanggan di UMKM Jajani Aja di Kec. Percut Sei Tuan sebesar 86,26% sehingga dapat di simpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan di UMKM Jajani Aja di Kec. Percut Sei Tuan berada pada kategori Puas yang berarti bahwa setiap atribut tersebut melebihi harapan mengenai kepuasan.

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan indikator untuk pengukuran kinerja pengoprasian bisnis perusahaan, hal ini dikarenakan kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai kekuatan untuk mendorong bagi masa depan *Share* pasar dan profitabilitas suatu perusahaan. Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang di rasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expection*) jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak akan puas, dan jika kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas. Kepuasan pelanggan merupakan suatu indikator ke depan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan bergantung pada respon terhadap ketidak sesuaian/kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Untuk dapat memahami kebutuhan pelanggan, maka kita perlu menganalisa kepuasan pelanggan. Analisa ini diperlukan untuk mengetahui sejauhmana pelanggan mendapatkan kepuasan terhadap perusahaan. Bila di ketahui pelanggan belum mendapatkan kepuasan sesuai dengan haknya, maka di situlah kesempatan kita untuk membebani diri dalam hal pemenuhan kepuasan pelanggan yang maksimal kepada pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan usaha. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan tingkat keuntungannya. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi atau penilaian yang menyangkut kinerja produk relatif bagus atau tidak (Pratama et al., 2017). Masalah kepuasan merupakan masalah perseorangan yang sifatnya subjektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan orang lain. Karena itu kepuasan sangat sulit diukur secara kuantitatif. “Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Konsumen merasa puas jika harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat sangat senang jika harapan mereka terlampaui”.

Manfaat Kepuasan Pelanggan

Manfaat yang dapat diraih ketika pelanggan merasa puas sebagai berikut:

1. Hubungan antar perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
6. Sebagai indikator kesuksesan bisnis.

Kualitas Pelayanan

(Dewi et al., 2015) Kualitas adalah “seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Pelayanan yang berkualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan tetap dalam batas memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan serta harus dilakukan secara terus-menerus. Pelayanan merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa secara bersamaan (*inseparability*) (Winarno & Absror (Universitas Serang Raya), 2017).

Dimensi Kualitas Pelayanan

Lima prinsip yang harus diperhatikan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan yaitu

1. *Responsivness* (daya tanggap) yaitu suatu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
2. *Reliability* (kehandalan) yaitu kemampuan untuk memberikan produk yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
3. *Assurance* (jaminan) kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
5. *Empahaty* (perhatian) kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.
6. *Tangibles* (kemampuan fisik) suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

1. Kualitas karyawan meliputi melayani pelanggan, kesungguhan karyawan dalam melaksanakan tugas serta kesegaran dan kesehatan karyawan selama bertugas.
2. Pelayanan meliputi ketepatan, kecepatan serta ketepatan pada pelayanan pelanggan.
3. Fasilitas harus lengkap serta mudah dijangkau.

Tiga indikator bertujuan untuk memberikan kemudahan-kemudahan kepada pelanggan untuk kenyamanan serta mampu memberikan nilai tambah dalam tujuan untuk memuaskan para pelanggan.

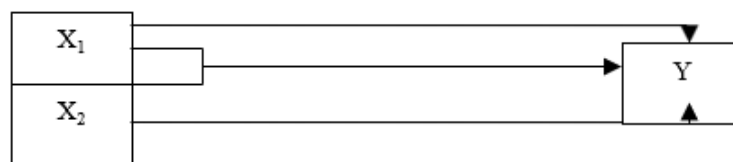
Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan dan kinerja karyawan merupakan dua faktor penting dalam upaya organisasi untuk mencapai kepuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan akan puas karena pelayanannya yang diberikan sesuai dengan harapan mereka, tetapi kinerja dari setiap karyawan dalam suatu organisasi juga sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan terdiri dari empat indikator antara lain sebagai berikut (Astuti, 2015).

1. Bukti langsung meliputi ketepatan waktu, janji serta pelayanan yang diberikan.
2. Keandalan meliputi kecepatan, ketepatan, dan kualitas pelayanan pelanggan.
3. Jaminan meliputi fasilitas, hasil kerja dan profesionalitas karyawan.
4. Empati meliputi kesabaran, keramahan dan sikap tanggap karyawan.

Suatu organisasi hendaknya memberikan pelayanan berdasarkan empat indikator dengan memberikan layanan yang baik dan memberikan kenyamanan. Hal tersebut harus didukung dengan kinerja karyawan yang melaksanakannya, agar organisasi bisa memuaskan pelanggan. Berdasarkan penjelasan diatas bahwa kualitas pelayanan yang didukung oleh kinerja karyawan berpengaruh secara positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berfikir

Keterangan:

X₁: Kualitas Pelayanan

X₂: Kinerja Karyawan

Y: Kepuasan Pelanggan

Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. (Dirgantara & Sambodo, 2015)

Dalam kuesioner, pertanyaan-pertanyaannya dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu:

1. Pertanyaan Tertutup (*Closed Question*)
Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan-pertanyaan yang membatasi atau menutup pilihan-pilihan respons yang tersedia bagi responden. Responden hanya dapat memilih jawaban yang tertera pada kuesioner. Responden tidak dapat memberikan jawabannya secara bebas yang mungkin dikehendaki oleh responden yang bersangkutan. Umumnya jenis kuesioner ini digunakan apabila masalahnya telah jelas. Pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala interval 1-5, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.
2. Pertanyaan Terbuka (*Open Question*)
Pertanyaan terbuka adalah jenis pertanyaan yang memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada responden. Untuk memberikan jawaban atau tanggapannya. Orang yang ingin mendapatkan opini biasanya menggunakan kuesioner jenis ini.

Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, diantaranya sebagai berikut:

Kinerja	Harapan
5 = Sangat Setuju (SS)	5 = Sangat Penting (SP)
4 = Setuju (S)	4 = Penting (P)
3 = Kurang Setuju (KS)	3 = Netral (N)
2 = Tidak Setuju (TS)	2 = Tidak Penting (TP)
1 = Sangat tidak Setuju (STS)	1 = Sangat tidak Penting (STP)

Identifikasi Jumlah Responden

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan tetap di Jajani Aja.

Sampel

Menurut Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Pada penelitian kali ini penulis menggunakan metode *solvin* dalam menentukan banyaknya sample berikut ada rumus *solvin* yang digunakan (Siregar,2010):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n: ukuran sample

N: ukuran populasi

e: batas toleransi kesalahan (error tolerance)

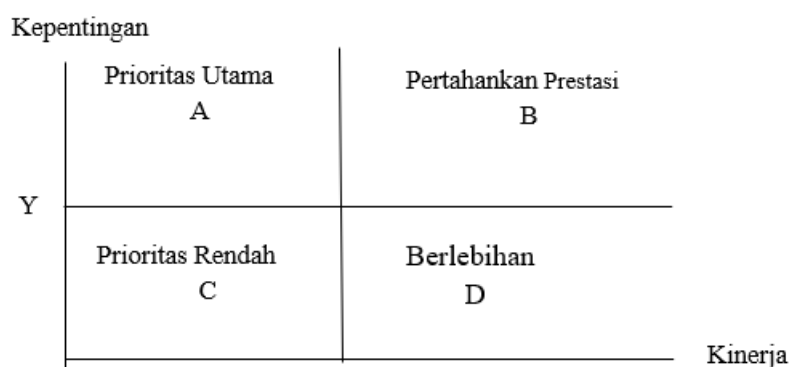
Informasi yang digunakan berdasarkan hasil kuisioner yang dimasukan ke Microsoft Exel lalu diambil kesimpulannya. Bentuk instrumen kuisioner berisi tentang kinerja yang memiliki score yang berbeda beda yang dimana terbagi atas STS dengan score 1 TS dengan score 2, S dengan score 3 dan SS dengan score 4 dan harapan yang di asumsikan mendapat nilai sangat setuju dengan score 4 oleh pelanggan.

Metode Importance Perfoemance Analysis

Importance-Performance Analysis (IPA) merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kepentingan merupakan seberapa penting atribut pelayanan perusahaan bagi pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaan adalah kinerja yang dilakukan perusahaan. Hasil dari IPA tersebut dimasukkan dalam diagram kartesius untuk mengetahui prioritas dari atribut pelayanan perusahaan. Sehingga, akan nampak mana saja atribut-atribut pelayanan perusahaan yang perlu untuk diperbaiki, maupun dipertahankan performanya. John A. Martilla dan John C. James mengembangkan sebuah konsep *Importance Performance Analysis* (IPA) yang sebenarnya berasal dari konsep *Satisfaction Quality*. Konsep ini berisi bagaimana menterjemahkan apa yang diinginkan oleh pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa yang harus dilakukan oleh penyedia jasa agar menghasilkan produk berkualitas, baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Bila pada konsep *Satisfaction Quality* hanya menganalisa tentang kesenjangan atau gap yang terjadi antara keinginan atau

harapan pelanggan dengan kinerja yang telah diberikan badan usaha, pada *Importance Performance Analysis* kita menganalisa tentang tingkat kepentingan dari suatu variabel dimata pelanggan dengan kinerja badan usaha tersebut. Dengan demikian badan usaha akan lebih terarah dalam melaksanakan strategi bisnisnya sesuai dengan prioritas kepentingan pelanggan yang paling dominan. Analisa diawali dengan sebuah kuisioner yang disebarakan kepada pelanggan. Responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan/harapan berbagai atribut dan kepuasan tingkat kinerja penyedia jasa pada masing-masing atribut tersebut. Dalam penelitian ini digunakan dua variable X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja terhadap layanan yang memberikan kepuasan pelanggan dan Y merupakan tingkat kepentingan/harapan pelanggan. (Wati, 2019).

Dalam teknik IPA ini responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan atribut layanan dan tingkat kinerja pada masing-masing atribut layanan nasabah. Analisis IPA dilakukan dengan menggunakan SPSS 21.0 yang menyediakan fasilitas analisis graphs scatter/dot yang hasilnya berupa gambar diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun persegi yang dibagi dalam empat bagian dengan dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X dan Y), dan X merupakan rata-rata dari skor tingkat penilaian kinerja sedangkan Y adalah rata-rata dari skor tingkat kepentingan. Tujuan analisis IPA ini adalah untuk mengidentifikasi atribut kepentingan layanan pendidikan berada di kuadran A, B, C, atau D dalam diagram kartesius, sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Kartesius

Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat pernyataan yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja dari pernyataan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan terhadap pernyataan tersebut. Pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan pelanggan.

Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Pernyataan ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa pernyataan tersebut penting dan memiliki kinerja yang baik, dan wajib dipertahankan untuk waktu selanjutnya karena dianggap sangat penting/diharapkan serta hasilnya sangat memuaskan.

Kuadran C (Prioritas Rendah)

Pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/biasa saja. maksudnya pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan/harapan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh pelanggan. Perbaikan terhadap pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.

Kuadran D (Berlebihan)

Faktor-faktor yang terletak di kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan.

METODOLOGI

Hasil penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder:

Data Primer

1. Observasi
Mengadakan pengamatan dan pengumpulan data secara langsung di perusahaan yang dijadikan tempat penelitian.
2. Kuesioner
Melakukan pengumpulan data yang disajikan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan kepada responden dan terkait dengan pelayanan yang diterima. Kuisisioner ini bertujuan untuk mendapatkan data yang bersifat kuantitatif dan relevan dengan penelitian. Kuisisioner tersebut terdiri dari:
 - a. Bagian 1
Berisi pertanyaan-pertanyaan pribadi untuk mengetahui karakteristik responden.
 - b. Bagian 2
Berisi pertanyaan-pertanyaan untuk mendapatkan data tentang kualitas pelayanan, kinerja karyawan, dan kepuasan pelanggan.
 Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner dengan pertanyaan tertutup.
3. Pertanyaan Tertutup (*Closed Question*)
Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan-pertanyaan yang membatasi atau menutup pilihan-pilihan respons yang tersedia bagi responden. Responden hanya dapat memilih jawaban yang tertera pada kuisisioner. Responden tidak dapat memberikan jawabannya secara bebas yang mungkin dikehendaki oleh responden yang bersangkutan. Umumnya jenis kuisisioner ini digunakan apabila masalahnya telah jelas. Pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala interval 1-5, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Data Sekunder

Data jenis ini diperoleh dengan melakukan studi pustaka, yaitu dengan mempelajari dan meneliti literatur-literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Data sekunder juga dapat diperoleh dari data historis yang dimiliki oleh UMKM Jajani Aja. Pengumpulan data sekunder dimaksudkan untuk memperoleh tambahan informasi serta melengkapi penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode Importance Performance Analysis

Bedasarkan hasil kuesioner yang sudah di olah maka peneliti mendapatkan data olahan yang siap untuk di analisis menggunakan diagram kartesius sebagai berikut:

Perhitungan Tingkat Kesesuaian Per Item Atribut Kualitas Pelayanan

Tabel 1. Skor Rata-Rata Secara Keseluruhan

No	Pernyataan	Harapan	Kinerja
1	X1.1	4.36	4.21
2	X1.2	4.20	4.23
3	X1.3	4.49	4.01

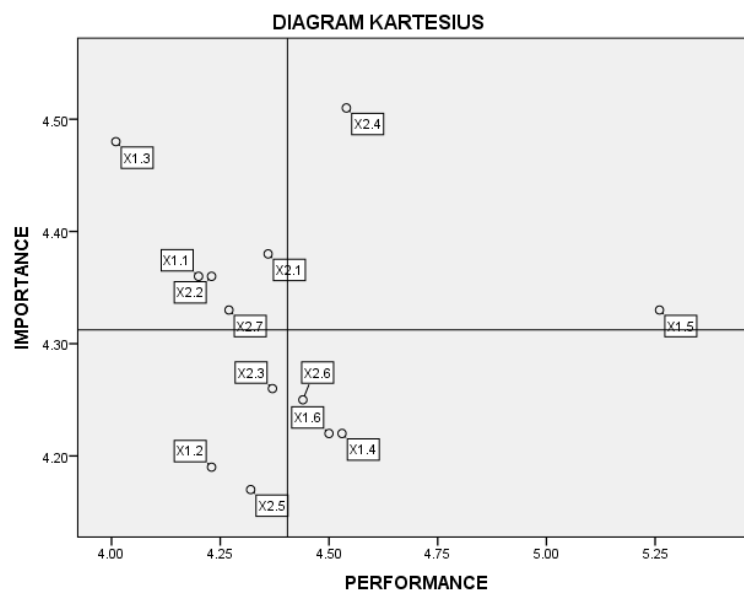
4	X1.4	4.22	4.53
5	X1.5	4.34	4.27
6	X1.6	4.22	4.50
7	X2.1	4.38	4.36
8	X2.2	4.36	4.23
9	X2.3	4.27	4.37
10	X2.4	4.51	4.55
11	X2.5	4.17	4.33
12	X2.6	4.26	4.44
13	X2.7	4.34	4.28
Skor Rata-Rata		4,31	4,33

Skor Rata-Rata Tingkat Kinerja (X_i) Dan Harapan (Y_i)

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{k} = \frac{56,12}{13} = 4,31$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{k} = \frac{56,31}{13} = 4,33$$

Penempatan posisi masing-masing dapat dilihat pada diagram kartesius dibagi menjadi empat diagram dengan garis tengah pembagi berdasarkan 31. Nilai rata-rata tingkat harapan (Y) yaitu sebesar 4,33 dan nilai rata-rata tingkat kinerja (X) yaitu sebesar 4,31.



Gambar 3. Diagram Kartesius

Dalam gambar 3 dari diagram kartesius diatas terlihat bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terbagi menjadi 4 kuadran. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kuadran A

Menunjukan bahwa atribut-atribut yang berada dikuadran ini perlu mendapat prioritas utama untuk ditangani atau dibenahi terlebih dahulu. Atribut-atribut atau indikator inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan. Adapun atribut atau indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

1. UMKM Jajani Aja memberikan fasilitas yang lengkap kepada pelanggan yang sedang menunggu orderannya. (Pernyataan X1.1).
2. Jenis layanan produk sesuai dengan yang ditawarkan (X1.3)
3. Karyawan bekerja dengan disiplin yang tinggi (X2.1)
4. Karyawan bekerja dengan penuh tanggung jawab (X2.2)
5. Karyawan berpenampilan rapi dan bersih (X2.7)

Kuadran B

Atribut-atribut atau indikator yang berada di kuadran ini harus bisa dipertahankan oleh UMKM Jajani Aja. Karena tingkat pelaksanaan telah sesuai dengan kepentingan atau harapan pelanggan, maka kewajiban mempertahankan pelanggan yang telah ada. Adapun atribut atau indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

1. Karyawan bersedia membantu tanpa diminta (X1.5)
2. Karyawan melayani dengan sopan dan ramah (X2.4)

Kuadran C

Pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/biasa saja. Maksudnya pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan/harapan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh pelanggan. Perbaikan terhadap pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan dengan melihat pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I. Adapun atribut atau indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

1. UMKM Jajani Aja memberikan kualitas produk sesuai dengan yang dijanjikan (X1.2)
2. Karyawan selalu tepat waktu dan cepat (X2.3)
3. Karyawan berupaya berhubungan baik dengan pelanggan (X2.5)

Kuadran D

Adapun atribut atau indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut:

1. Karyawan ramah dan cekatan (X1.4)
2. Karyawan menguasai produk dan informasi terkait (X1.6)
3. Karyawan tanggap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (X2.6)

Indeks Kepuasan Karyawan

Tabel 2. Perhitungan Menentukan Rata-Rata Atribut

Indicator	Kinerja	Rata-Rata (X)	Harapan	Rata-Rata (Y)
Kualitas Pelayanan				
X1.1	4.21		4.36	
X1.2	4.23		4.20	
X1.3	4.01		4.49	
X1.4	4.53		4.22	
X1.5	4.27		4.34	
X1.6	4.50		4.22	
		4,29		4,30
Kinerja Karyawan				
X2.1	4.36		4.38	
X2.2	4.23		4.36	
X2.3	4.37		4.26	
X2.4	4.55		4.51	

X2.5	4.33	4.17
X2.6	4.44	4.25
X2.7	4.28	4.33
4,74		4,32

Table 3. Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan

No	Atribut	X	Y	X.Y (T)	IKK (%) $\frac{T}{5 \times Y} \times 100\%$	Kriteria
1	Kualitas Pelayanan	4,29	4,30	18,45	85,81	Puas
2	Kinerja Karyawan	4,74	4,32	20,47	94,77	Puas
Rata-Rata					90,29	Puas

Berdasarkan tabel 4.26 hasil rata-rata tingkat kepuasan pelanggan di UMKM Jajani Aja di Kec. Percut Sei Tuan sebesar 90,29% sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan di UMKM Jajani Aja di Kec. Percut Sei Tuan berada pada kategori Puas yang berarti bahwa setiap atribut tersebut melebihi harapan mengenai kepuasan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Bengkel Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di UMKM Jajani aja yaitu kinerja karyawan. Adapun kinerja karyawan yang penting dan perlu diperhatikan pada kuadran A yaitu tingkat kedisiplinan yang tinggi, bertanggung jawab, dan berpenampilan bersih dan rapi. Ketiga hal tersebut sangat dinilai penting oleh pelanggan. Pada kuadran B yaitu sopan dan ramah. Hal tersebut perlu untuk dipertahankan. Dan pada kuadran C yaitu tepat waktu dan mempunyai hubungan baik dengan pelanggan. Hal tersebut juga tetap perlu diperhatikan. Untuk tingkat kepuasan pelanggan yang didapat dari UMKM Jajani Aja di Kec. Percut Sei Tuan sebesar 90,29% sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan di UMKM Jajani Aja di Kec. Percut Sei Tuan berada pada kategori Puas yang berarti bahwa setiap atribut tersebut melebihi harapan mengenai kepuasan.

Saran kepada UMKM Jajani Aja sebagai berikut: Lebih melatih karyawan agar bekerja lebih bertanggung jawab. Mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah ada. Meningkatkan kinerja karyawan UMKM Jajani Aja.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Astuti, H. J. (2015). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model). *Syria Studies*, 7(1), 37–72. https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~reynal/Civilwars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625
- [2] Dewi, S. K., Restuputri, D. P., & Sulaksmi, A. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Impotance Performance Analysis. *Seminar Teknologi Dan Rekayasa (SENTRA)*, 1, 206–222.
- [3] Dirgantara, H. B., & Sambodo, A. T. (2015). Penerapan Model Performance Analisis dalam study Kasus: Analisis Kepuasan Konsumen bhineka.com. *Kalbiscientia, Jurnal Sains Dan Teknologi*, 2(1).
- [4] Ikrawan, Z., Ariyanto, Y., & Harijanto, B. (2015). Sistem Informasi Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Informatika Polinema*, 1(4), 48–54.
- [5] Indrajaya, D. (2018). Metode Importance Performance Analysis Dan Customer. *Jurnal IKRA-ITH Teknologi*, 2(3), 1–6.
- [6] Mardiana, I., Rubiyanti, R. N., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Dimensi Servqual Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Pada Indihome

- Witel Bandung). *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 47–58.
- [7] Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis Di Sbu Laboratory Cibatung Pt Sucofindo (Persero). *J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 1–10. <https://doi.org/10.12777/jati.9.1.1-10>
- [8] Pratama, N. B., Dewi, S. K., & Baroto, T. (2017). Analisis Persaingan Dan Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Correspondance Analysis Dan Importance Performance Analysis. *Jurnal Teknik Industri*, 16(2), 74. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol16.no2.74-82>
- [9] Purnomo, W., & Riandadari, D. (2015). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel dengan Metode IPA (Importance Performance Analysis) di PT. Arina Parama Jaya Gresik. *Jurnal Teknik Mesin*, 03(3), 54–63.
- [10] Siyamto, Y. (2017). Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3(01), 63. <https://doi.org/10.29040/jiei.v3i01.100>
- [11] Tannady, H. (2018). Mengkaji Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan E-Commerce Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis 3 Dimensi. *Journal Of Business & Applied Management*, 11(2), 116–135.
- [12] Wati, R. (2019). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shoppe (Studi Kasus : Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017). *Ayan*, 8(5), 55.
- [13] Winarno, H., & Absror (Universitas Serang Raya), T. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 162. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.38>