



PAPER – OPEN ACCESS

Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Customer Satisfaction Index dan Potential Gain in Customer Value Pada Toko XYZ

Author : Muhammad Rizki Hamdalah, dkk.
DOI : 10.32734/ee.v5i2.1624
Electronic ISSN : 2654-704X
Print ISSN : 2654-7031

Volume 5 Issue 2 – 2022 TALENTA Conference Series: Energy & Engineering (EE)



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).
Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Customer Satisfaction Index* dan *Potential Gain in Customer Value* Pada Toko XYZ

Muhammad Rizki Hamdalah, Katon Muhammad, Ayu Anggraeni Sibarani

^cProgram Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Jenderal Soedirman

muhhammad.hamdalah@mhs.unsoed.ac.id, katon.muhammad@gmail.com, ayu.anggraeni.sibarani@unsoed.ac.id

Abstrak

Kualitas layanan adalah keahlian perusahaan untuk memberikan pelanggan memiliki rasa puas dengan cara yang efisien, yang dapat meningkatkan kinerja bisnis. Kepuasan tercapai ketika pelanggan menerima pelayanan yang sesuai dengan harapannya. Gejala ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh toko XYZ. Tujuan dari penelitian ini adalah menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan, dan menggunakan metode *Customer Value Potential Gain* (PGCV) untuk memprioritaskan atribut peningkatan layanan dan mengusulkan strategi perbaikan dibutuhkan oleh eksekusi Toko XYZ. Penelitian ini menggunakan data mentah dari penyebaran kuesioner yang diisi oleh 105 responden. Penggunaan CSI untuk mengolah data menghasilkan nilai CSI sebesar 0,783 untuk Toko XYZ yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah diterimanya. Hasil dari pengolahan data dengan PGCV diperoleh atribut prioritas yang perlu ditingkatkan, seperti ketersediaan tempat parkir yang mencukupi, ketersediaan layanan pengaduan pelanggan di toko, dan kecekatan waktu karyawan dalam membuka dan menutup toko. Saran perbaikan yang perlu dilakukan adalah menambah tempat parkir, menyediakan kotak kritik dan saran serta menyediakan kontak *customer service* dan melakukan evaluasi terhadap keluhan pelanggan secara berkala, mengadakan absensi karyawan di setiap hari.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan; *Customer Satisfaction Index*; *Potential Gain in Customer Value*

Abstract

Service quality is the company's expertise to provide satisfied customers in an efficient manner, which can improve business performance. Satisfaction is achieved when customers receive services that meet their expectations. Symptoms of dissatisfaction with the services provided by the XYZ store. The purpose of this study is to use the Customer Satisfaction Index (CSI) method to determine the level of customer satisfaction with service quality, and to use the Customer Value Potential Gain (PGCV) method to prioritize service improvement attributes and propose improvement strategies required by the execution of XYZ Stores. This study uses raw data from the distribution of questionnaires filled out by 105 respondents. The use of CSI to process data produces a CSI value of 0.783 for XYZ Store which indicates that customers are satisfied with the service they have received. The results of data processing with PGCV obtained priority attributes that need to be improved, such as the availability of sufficient parking spaces, the availability of consumer complaint services in stores, and the dexterity of employees in opening and closing stores. Suggestions for improvement that need to be done are adding parking spaces, providing criticism and suggestions boxes and providing customer service contacts and evaluating customer complaints on a regular basis, holding employee attendance every day.

Keywords: Customer Satisfaction; Service Quality; Customer Satisfaction Index; Potential Gain in Customer Value

1. Pendahuluan

Kompetisi di era globalisasi dan informasi yang mengalir dengan cepat baik untuk perusahaan yang berkompetisi di pasar dalam negeri atau perusahaan yang berpartisipasi di kancah internasional sangat kompetitif (Saputro, 2014). Perusahaan yang memiliki kemauan untuk bertahan di pasar perlu memberikan pelayanan yang optimal bagi pelanggannya di samping produknya yang berkualitas baik, harga yang lebih ramah untuk pelanggan, serta penyerahan produk yang lebih baik dibandingkan dengan kompetitornya (Fatihudin & Firmansyah, 2019). Memberikan pelayanan yang terbaik dilakukan demi memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Perasaan senang atau kecewa yang diperoleh seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya disebut kepuasan pelanggan (Oliver, 2015). Umumnya, apabila kinerja dari kualitas pelayanan yang diperoleh sesuai dengan yang diekspektasikan oleh pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas (Fadillah et al., 2020). Pelanggan tidak akan merasa puas apabila kinerja yang dinikmati tidak bisa memenuhi ekspektasi pelanggan. Sedangkan pelanggan akan merasa puas apabila kinerja yang dinikmati sesuai atau melebihi ekspektasi. Apabila pelanggan merasa puas terhadap pelayanan, maka perusahaan memperoleh banyak keuntungan, diantaranya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperbesar persentase keberhasilan pemasaran, mengefisieni biaya operasi yang disebabkan oleh bertambahnya jumlah pelanggan, menurunkan sensitivitas pelanggan terhadap harga, menajaknya efektivitas iklan, dan menaikkan reputasi bisnis (Rizayanti, 2021). Perusahaan perlu memberikan pelayanan seoptimal mungkin demi memuaskan pelanggan.

Toko XYZ adalah sebuah distributor yang memasarkan produk berbagai macam jenis sabun. Produk yang dijual antara lain, sabun pembersih ban kendaraan, pewangi mobil, sabun pembersih kendaraan, pewangi pakaian, sabun cuci pakaian, sabun pencuci piring, sabun pembersih lantai, parfum pakaian, sabun kecantikan wajah, dan produk yang terbaru adalah *handsanitizer*. Toko XYZ berlokasi di Purwokerto Timur.

Untuk mengetahui kondisi kualitas pelayanan saat ini, dilakukan studi pendahuluan pada Toko XYZ. Studi pendahuluan dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada 53 orang. Kuesioner berisi pertanyaan mengenai seberapa puas konsumen terhadap kualitas pelayanan. Responden menanggapi dengan memilih salah satu jawaban yang tersaji.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan, ditemukan bahwa terdapat 4 orang sangat tidak puas dan 24 orang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Sedangkan 15 orang sangat puas, 5 orang puas, dan 5 orang cukup puas. Dapat disimpulkan bahwa terdapat 50 persen pelanggan belum merasa puas terhadap pelayanan yang dinikmati. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat gejala ketidakpuasan pada pelayanan yang diberikan oleh Toko. Menurut Indrawati (2017), suatu gejala yang terjadi pada ketidakpuasan bisa mengakibatkan pelanggan mengalami perpindahan toko. Oleh karena itu, Toko XYZ sangat perlu untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Dengan mempertimbangkan kondisi di atas, diperlukan analisis lebih lanjut mengenai pelayanan yang sudah berjalan beserta mengajukan usulan perbaikan pelayanan di Toko XYZ.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan untuk menentukan nilai tingkat kepuasan pelanggan serta menentukan atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan sehingga pemilik Toko XYZ dapat memperbaiki dan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mampu berkompetisi dengan toko lainnya.

2. Metode Penelitian

2.1. Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah variabel dimensi kualitas pelayanan. Variabel tersebut yakni *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, *reliability*, dan *tangible*.

2.2. Metode Pengumpulan Data

Populasi yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko XYZ. Teknik pengambilan sampel yang diaplikasikan menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada suatu kebetulan yakni siapapun yang secara kebetulan berpapasan dengan peneliti dapat berpartisipasi sebagai responden, bila dipandang orang yang kebetulan didapati itu sesuai dengan karakteristik sampel yang dibutuhkan (Taherdoost, 2016). Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *unknown population*. Berdasarkan hasil kalkulasi dengan rumus tersebut, jumlah sampel yang perlu berpartisipasi sebagai responden sebanyak 100 orang.

2.3. Customer Satisfaction Index

Metode yang memakai indeks untuk menilai tingkat kepuasan konsumen berlandaskan atribut-atribut tertentu disebut *Customer Satisfaction Index* (Umam & Hariastuti, 2018). Atribut yang digunakan untuk pengukuran berbeda-beda untuk setiap perusahaan atau penyedia layanan, bahkan untuk masing-masing penyedia layanan. Hal ini memiliki ketergantungan pada keperluan keterangan yang diperoleh penyedia layanan terhadap pelanggan. Langkah-langkah untuk melakukan pengukuran indeks ini dilakukan melalui 5 (lima) tahap yaitu (Ardianti & Waluyo, 2021):

- Menghitung *Mean Importance Scorec* (MIS). Adapun rumus MIS dituliskan pada persamaan 1 (Ardianti & Waluyo, 2021)

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad (1)$$

- Menghitung *Mean Satisfaction Score* (MSS). Adapun rumus MSS dituliskan pada persamaan 2 (Ardianti & Waluyo, 2021).

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad (2)$$

- Menghitung *Weight Factor* (WF). Adapun rumus *Weight Factor* dituliskan pada persamaan 3 (Ardianti & Waluyo, 2021).

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \quad (3)$$

- Menghitung skor *Weight Score* (WS). Adapun rumus *Weight Score* dituliskan pada persamaan 4 (Ardianti & Waluyo, 2021).

$$WS = WFI \times MMS \quad (4)$$

- Menghitung *Consumer Satisfaction Index* (CSI). Adapun rumus CSI. dituliskan pada persamaan 5 (Ardianti & Waluyo, 2021).

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_i}{HS} \quad (5)$$

2.4. Potential Gain in Customer Value

Index Potential Gain in Customer Value (PGCV) adalah sebuah alat yang sering dipakai dalam melakukan pengkajian mengenai bisnis. Indeks PGCV mampu memberikan usulan kuantitatif untuk spektrum yang luas dari sebuah analisis strategis (Nusaputra et al., 2014). Dalam analisis PGCV juga mengikutsertakan tingkat kinerja dan kepentingan, dapatnya pihak penyedia layanan dapat membuat suatu survei yang dapat menilai dua hal yang penting yaitu (Nusaputra et al., 2014): (1) Persepsi konsumen dari tingkat kepentingan dari suatu pelayanan, (2) Persepsi konsumen tingkat kepuasan dari suatu pelayanan. Langkah-langkah untuk melakukan pengukuran indeks ini terdiri dari 3 langkah, yaitu:

- *Achieve Customer Value* (ACV) dituliskan pada persamaan 6 (Ardianti & Waluyo, 2021)

$$ACV = \bar{X} \times \bar{Y} \quad (6)$$

- *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV) dituliskan pada persamaan 7 (Ardianti & Waluyo, 2021)

$$ACV = \bar{Y} \times X_{max} \quad (7)$$

- Indeks *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) dituliskan pada persamaan 8 (Ardianti & Waluyo, 2021)

$$\text{Indeks PGCV} = UDCV - ACV \quad (8)$$

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan data primer sebagai data yang diolah. Pada penelitian ini diperlukan 2 jenis kuisisioner yang saling berkaitan. Kuisisioner pertama adalah kuisisioner tingkat kinerja yang berfungsi untuk pelanggan dalam melakukan penilaian tingkat kinerja kualitas pelayanan, dengan skala *likert* sebagai skala kuisisioner ini dengan rentan nilai 1-5. Kuisisioner kedua adalah kuisisioner tingkat kepentingan yang berfungsi untuk pelanggan dalam melakukan penilaian tingkat kepentingan kualitas pelayanan dengan skala *likert* sebagai skala kuisisioner ini dengan rentan nilai 1-5.

Tabel 1. Atribut Kualitas Pelayanan

No.	Atribut	Pernyataan
1	T1	Ruang tunggu toko bersih dan rapi
2	T2	Tersedianya tempat faktor yang memadai
3	T3	Karyawan berpenampilan rapi
4	T4	Kondisi fisik bangunan bersih dan rapi
5	T5	Kenyamanan ruang tunggu pada toko
6	RL1	Kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang terbaik
7	RL2	Ketepatan waktu karyawan dalam membuka toko dan menutup toko
8	RL3	Ketelitian karyawan dalam bekerja
9	RL4	Kemampuan karyawan dalam menjelaskan informasi mengenai produk secara akurat
10	RL5	Tanggung jawab karyawan atas masalah pelanggan
11	RS1	Kecekatan karyawan dalam melayani pelanggan
12	RS2	Pemberian penjelasan mengenai segala informasi yang dibutuhkan pelanggan jelas dan rinci
13	RS3	Kesadaran dan kemauan karyawan untuk memperbaiki kesalahan jika terjadi kesalahan dalam melayani pelanggan
14	RS4	Kemampuan karyawan untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan
15	A1	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani pelanggan
16	A2	Rasa aman berbelanja di toko
17	A3	Citra baik pelayanan toko di mata konsumen yang berbelanja di toko
18	A4	Kesesuaian harga produk dengan varian volume produk yang disediakan oleh toko
19	A5	Pengetahuan karyawan mengenai produk di toko
20	EM1	Perhatian karyawan dalam melayani konsumen di toko
21	EM2	Karyawan dapat memahami keinginan pelanggan
22	EM3	Karyawan mengakrabkan diri terhadap pelanggan di toko
23	EM4	Karyawan tidak membedakan pelayanan terhadap pelanggan di toko
24	EM5	Karyawan bersimpati saat terjadi hal-hal tidak terduga pada konsumen
25	EM6	Tersedianya layanan keluhan pelanggan di toko

3.2. Pengolahan Data

3.2.1. Pengujian Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum penelitian dilaksanakan. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada responden minimal sebanyak 30 responden dengan jumlah yang diperoleh sebanyak 37 responden. Atribut dinyatakan valid apabila nilai signifikansi $< 0,05$ alpha

Berdasarkan Tabel 2., dapat disimpulkan bahwa terdapat atribut yang tidak valid yaitu pernyataan 4 yaitu atribut T4 karena nilai signifikansi $> 0,05$ alpha, yaitu sebesar 0,177 sehingga pernyataan 4 dihapus dari kuesioner ini. Sedangkan pernyataan lain dinyatakan valid karena nilai signifikansi $< 0,05$ alpha dan dapat digunakan untuk pengambilan data. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas pada kedua kuesioner yaitu kepentingan dan kinerja. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 2. Uji Validitas Kepentingan dan Kinerja

No.	Pernyataan	Sig Kepentingan	Sig Kinerja	Alpha	Keterangan c
1	Pernyataan 1	0,021	0	0,05	Valid c
2	Pernyataan 2	0	0,007	0,05	Valid c
3	Pernyataan 3	0	0	0,05	Valid c
4	Pernyataan 4	0,75	0,177	0,05	Tidak Valid c
5	Pernyataan 5	0,001	0,031	0,05	Valid c
6	Pernyataan 6	0	0,001	0,05	Valid c
7	Pernyataan 7	0,002	0,013	0,05	Valid c
8	Pernyataan 8	0	0,001	0,05	Valid c
9	Pernyataan 9	0,01	0	0,05	Valid c
10	Pernyataan 10	0,001	0	0,05	Valid c
11	Pernyataan 11	0	0,001	0,05	Valid c
12	Pernyataan 12	0	0	0,05	Valid c
13	Pernyataan 13	0	0	0,05	Valid c
14	Pernyataan 14	0	0	0,05	Valid c
15	Pernyataan 15	0	0	0,05	Valid c
16	Pernyataan 16	0	0	0,05	Valid c
17	Pernyataan 17	0	0	0,05	Valid c
18	Pernyataan 18	0	0	0,05	Valid c
19	Pernyataan 19	0	0	0,05	Valid c
20	Pernyataan 20	0	0	0,05	Valid c
21	Pernyataan 21	0	0,016	0,05	Valid c
22	Pernyataan 22	0	0,007	0,05	Valid c
23	Pernyataan 23	0	0	0,05	Valid c
24	Pernyataan 24	0,01	0,026	0,05	Valid c
25	Pernyataan 25	0	0,016	0,05	Valid c

Tabel 3. Uji Realibilitas Kuesioner

No.	Kuesioner	Cronbach's Alpha	Batasan	Kesimpulan
1	Kepentingan	0,924	0,7	Reliabel
2	Kinerja	0,883	0,7	Reliabel

Berdasarkan perolehan uji reliabilitas pada Tabel 3. dengan metode *Cronbach's Alpha*, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap atribut baik kinerja maupun kepentingan berada pada nilai $> 0,7$ yang memiliki arti bahwa semua atribut reliabel.

3.2.2. Perhitungan Customer Satisfaction Index

Berdasarkan hasil perhitungan CSI pada Tabel 4. Indeks CSI yang berada pada rentang 0,61 – 0,80 yaitu sebesar 0,783 mengindikasikan bahwa sebagian besar responden toko puas dengan pelayanan yang diberikan.

3.2.3. Perhitungan Potential Gain in Customer Value

Berdasarkan hasil perhitungan PGCV pada Tabel 5., Atribut pertama yang harus diperbaiki adalah atribut T2 yakni tersedianya tempat parkir yang memadai dengan nilai indeks PGCV terbesar dari semua atribut yaitu senilai 7,577. Atribut selanjutnya yang memerlukan perbaikan adalah atribut EM6 yakni Tersedianya layanan pengaduan pelanggan di toko dengan nilai indeks PGCV sebesar 7,286. Selanjutnya atribut ketiga yang memerlukan perbaikan adalah atribut RL2 yakni kecekatan waktu karyawan dalam membuka dan menutup toko dengan nilai indeks PGCV sebesar 5,559. Atribut keempat yang memerlukan perbaikan adalah T3 yakni karyawan berpenampilan rapih dengan nilai indeks PGCV sebesar 5,404. Atribut kelima yang memerlukan perbaikan adalah T1 yakni ruang tunggu toko bersih dan rapih dengan nilai indeks PGCV sebesar 5,204. Atribut keenam yang memerlukan perbaikan adalah kenyamanan ruang tunggu pada toko dengan nilai indeks PGCV sebesar 5,195. Atribut ketujuh yang memerlukan perbaikan adalah kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dengan nilai indeks PGCV sebesar 4,972. Atribut kedelapan yang memerlukan perbaikan adalah tanggung jawab karyawan atas masalah pelanggan, dengan nilai indeks PGCV sebesar 4,746. Atribut kesembilan yang memerlukan perbaikan adalah ketelitian karyawan dalam bekerja,

dengan nilai indeks PGCV sebesar 4,712. Atribut kesepuluh yang memerlukan perbaikan adalah pengetahuan karyawan mengenai produk di toko dengan nilai indeks PGCV sebesar 4,62.

Tabel 4. Rekapitulasi Perhitungan CSI

No.	Kode	MIS	WF	MSS	WS
1	T1	4,171	0,232	3,752	0,15
2	T2	4,324	0,24	3,248	0,134
3	T3	4,267	0,237	3,733	0,152
4	T5	4,229	0,235	3,771	0,152
5	RL1	4,314	0,24	3,848	0,159
6	RL2	4,324	0,24	3,714	0,153
7	RL3	4,229	0,235	3,886	0,157
8	RL4	4,352	0,242	4,038	0,168
9	RL5	4,371	0,243	3,914	0,164
10	RS1	4,343	0,241	4,095	0,041
11	RS2	4,352	0,242	4	0,041
12	RS3	4,324	0,24	3,971	0,042
13	RS4	4,4	0,042	4,057	0,171
14	A1	4,39	0,244	4,086	0,171
15	A2	4,41	0,245	4,057	0,16
16	A3	4,381	0,243	4,038	0,169
17	A4	4,381	0,243	4,133	0,173
18	A5	4,41	0,245	3,952	0,166
19	EM1	4,4	0,244	4,095	0,172
20	EM2	4,39	0,244	4,086	0,171
21	EM3	4,371	0,243	3,99	0,167
22	EM4	4,533	0,252	4,048	0,175
23	EM5	4,533	0,252	4,048	0,175
24	EM6	4,448	0,247	3,362	0,143
Total		104,648	1	93,924	3,915
CSI = $3,915/5 = 0,783$					

Tabel 5. Rekapitulasi Perhitungan PGCV

Kode	\bar{X}	\bar{Y}	ACV	UDCV	PGCV
T2	3,248	4,324	14,042	21,619	7,577
EM6	3,362	4,448	14,952	22,238	7,286
RL2	3,714	4,324	16,060	21,619	5,559
T3	3,733	4,267	15,929	21,333	5,404
T1	3,752	4,171	15,653	20,857	5,204
T5	3,771	4,229	15,948	21,143	5,195
RL1	3,848	4,314	16,600	21,571	4,972
RL5	3,914	4,371	17,111	21,857	4,746
RL3	3,886	4,229	16,431	21,143	4,712
A5	3,952	4,410	17,428	22,048	4,620

3.3. Usulan Strategi Perbaikan

Berdasarkan rekapitulasi indeks PGCV, urutan strategi perbaikan kinerja toko ditampilkan pada Tabel 6.

Tabel 6. Atribut Kualitas Pelayanan

No.	Atribut	Saran
1	T2	Melakukan penambahan fasilitas tempat parkir seperti menambah garis pembatas kendaraan dan rambu-rambu lain yang mempermudah pelanggan untuk memarkir kendaraan.
2	EM6	Menyediakan kotak kritik dan saran serta menyediakan kontak <i>customer service</i> dan melakukan evaluasi terhadap keluhan pelanggan secara berkala.
3	RL2	Mengadakan absensi karyawan di setiap hari agar karyawan tidak telat datang bekerja dan membuka dan menutup toko di waktu yang tepat.
4	T3	Mengadakan inspeksi kerapihan karyawan secara rutin sebelum toko dibuka untuk mencegah karyawan tampil tidak rapi.
5	T1	Membuat penjadwalan pembersihan toko secara rutin dan mengadakan inspeksi kebersihan toko secara rutin.
6	T5	Mengadakan pengecekan secara rutin terhadap fasilitas-fasilitas toko yang menunjang kenyamanan pelanggan baik dari segi kebersihan, ketersediaan dan kenyamanan.
7	RL1	Melakukan pengawasan terhadap kinerja karyawan secara rutin untuk mengawasi sikap karyawan dalam melayani pelanggan.
8	RL5	Membuat SOP pelayanan sehingga apabila terjadi masalah agar pegawai dapat memahami kegiatan yang perlu dilakukan ketika terjadi masalah.
9	RL3	Mengadakan pelatihan karyawan dalam bekerja di bidang yang membutuhkan ketelitian seperti bidang kasir.
10	A5	Mengadakan pelatihan karyawan untuk mempelajari segala pengetahuan mengenai seluruh produk yang berada di toko.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari riset ini, maka diperoleh kesimpulan, diperoleh nilai CSI sebesar 78,3% (0,783). Dengan demikian, nilai ini terdapat pada kisaran 0,66-0,80 yang menunjukkan rasa puas pada pelanggan dengan kualitas pelayanan yang dinikmati. Sedangkan hasil perhitungan PGCV, berhasil memperoleh atribut prioritas yang perlu diperbaiki oleh toko. Atribut yang menjadi prioritas perbaikan yaitu tersedianya tempat parkir yang mencukupi, tersedianya layanan pengaduan pelanggan di toko, kecekatan waktu karyawan dalam membuka dan menutup toko, karyawan berpenampilan rapi, ruang tunggu toko bersih dan rapi, kenyamanan ruang tunggu pada toko, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang terbaik, tanggung jawab karyawan atas masalah pelanggan, ketelitian karyawan dalam bekerja, pengetahuan karyawan mengenai produk di toko. Usulan strategi perbaikan yang dapat dilakukan pada 10, yaitu menambah fasilitas tempat parkir dengan rambu-rambu untuk mempermudah pelanggan dalam memarkir kendaraan, menyediakan kotak kritik dan saran serta menyediakan kontak *customer service* dan melakukan evaluasi terhadap keluhan pelanggan secara berkala, mengadakan absensi karyawan di setiap hari agar karyawan tidak telat datang bekerja dan membuka dan menutup toko di waktu yang tepat, mengadakan inspeksi kerapihan karyawan secara rutin sebelum toko dibuka untuk mencegah karyawan tampil tidak rapi, membuat penjadwalan pembersihan toko secara rutin dan mengadakan inspeksi kebersihan toko secara rutin, melakukan pengecekan fasilitas-fasilitas toko yang menunjang kenyamanan pelanggan secara rutin, baik dari segi kebersihan, ketersediaan dan kenyamanan, melakukan pengawasan terhadap kinerja karyawan secara rutin untuk mengawasi sikap karyawan dalam melayani pelanggan, membuat sop pelayanan sehingga apabila terjadi masalah agar pegawai dapat memahami kegiatan yang perlu dilakukan ketika terjadi masalah, mengadakan pelatihan karyawan dalam bekerja di bidang yang membutuhkan ketelitian seperti bidang kasir, mengadakan pelatihan karyawan untuk mempelajari segala pengetahuan mengenai seluruh produk yang berada di toko.

Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak Katon Muhammad, S.T., M.T. dan Ibu Ayu Anggraeni Sibarani, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing dalam penelitian ini dan juga kepada Bapak Sonif selaku pemilik toko XYZ.

Referensi

- [1] Ardianti, N. P., & Waluyo, M. (2021). "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Csi Dan Pgcgv Di Toko XYZ. In Tekmapro". *Journal of Industrial Engineering and Management*. 16.
- [2] Fadillah, H., Hadining, A. F., & Sari, R. P. (2020). "Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI)". *Jurnal Teknik Industri*. **15**(1) : 1-10
- [3] Oliver, R. L. (2015). "Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer". Routledge
- [4] Oliver, R. L. (2015). "Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer: A behavioral perspective on the consumer". Routledge
- [5] Rizayanti, Nelli. (2021). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Socolatte Di Pidie Jaya". Skripsi thesis, UIN ARRANIRY.
- [6] Saputro, N. R. (2014). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah BMT Arafah Sukoharjo". Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- [7] Umam, R. K., & Hariastuti, N. P. (2018). "Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA). *In Prosiding Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan*. 339-344.
- [8] Taherdoost, H. (2016). Sampling methods in research methodology; how to choose a sampling technique for research. How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in Management (IJARM)*. **5(2)** : 18-27.
- [9] Nusaputra, N., Choiri, M., & Kusuma, L. W. (2014). "Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel dengan Metode Servqual, IPA dan Indeks PGCV". *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri*. **2(6)** : 1239-1250