

# ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

(Studi Kasus :JNE Jhoni Anwar Kota Padang)

Eva Yulianti<sup>1</sup>, Tengku Umbara<sup>2</sup>

Jurusan Teknik Informatika

Fakultas Teknik

Institut Teknologi Padang

ev4\_yuli4nti@yahoo.com<sup>(1)</sup>, tengkuumbara@gmail.com<sup>(2)</sup>

## Abstract

*The freight forwarding industry in Indonesia and globally is growing very rapidly. This is because the value of e-commerce transactions or online stores continues to increase every year. Along with the development of the e-commerce business, reliable shipping services are needed to support the e-commerce industry in Indonesia. In this era, many shipping service companies are competing to get a good image in the community. The Nugraha Ekakurir (JNE) route as a company engaged in the service sector is required to provide quality services to its customers. This study aims to determine the level of JNE customer satisfaction with the services provided by using the Importance Performance Analysis (IPA) method. This study involved 30 JNE customers, Jhoni Anwar, Padang City. The results showed that the average satisfaction level of JNE customers was 85%. Of the 5 variables, the tangible factor reaches the highest satisfaction value, while the variable with the lowest satisfaction score is reliability. Based on the IPA method, there are still 11 attributes that must be improved the quality of service.*

**Keywords:** Customer Satisfaction, JNE, Importance Performance Analysis (IPA) method.

## Intisari

Industri jasa pengiriman barang di Indonesia maupun global berkembang sangat pesat. Hal itu dikarenakan nilai transaksi *e-commerce* atau toko *online* yang terus meningkat tiap tahunnya. Seiring dengan perkembangan bisnis *e-commerce*, maka dibutuhkan jasa pengiriman barang yang handal untuk mendukung industri *e-commerce* di Indonesia. Di era ini banyak perusahaan jasa pengiriman yang bersaing ketat untuk mendapat citra yang baik di masyarakat. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan JNE terhadap pelayanan yang diberikan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Penelitian ini melibatkan 30 pelanggan JNE Jhoni Anwar Kota Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan rata-rata pelanggan JNE adalah sebesar 85% . Dari 5 variabel, faktor *tangible* mencapai nilai kepuasan tertinggi, sementara itu variabel yang memiliki nilai kepuasan terendah adalah *reliability*. Berdasarkan metode IPA masih terdapat 11 atribut yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, JNE, Metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

## 1. PENDAHULUAN

Di era ini banyak perusahaan jasa pengiriman yang bersaing ketat untuk mendapat citra yang baik di masyarakat. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa pengiriman barang terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan pengiriman barang tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia layanan, melainkan dari sudut pandang dan persepsi pengguna. Kualitas pelayanan yang baik dimana perusahaan jasa pengiriman barang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan agar terpenuhinya permintaan dan harapan konsumen. Dalam model penelitian Zeithaml, kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati),

*tangible* (bukti fisik), *product quality* (kualitas produk), dan *price* (harga) [1]. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan, bisa diukur dari harapan dan persepsi konsumen dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). IPA merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting yang harus ditunjukkan oleh suatu penyedia jasa dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa mereka (konsumen). Metode ini juga membandingkan pengukuran antara *expectation* (harapan) dengan *perceived performance* (kinerja perusahaan) dalam mengukur kepuasan konsumen [2]. Selain itu juga dapat diketahui atribut yang buruk kinerjanya dan keluhan dari pengguna, dari situ dapat ditentukan langkah perbaikan secara terencana mulai dari atribut-atribut yang dianggap penting namun kinerjanya masih kurang baik.

## 2. METODOLOGI

### 2.1 Kualitas Jasa

Dalam perkembangannya Zeithaml merangkum 5 (lima) dimensi pokok kualitas jasa. Berikut adalah kelima dimensi pokok tersebut [1] :

1. *Tangible* (bukti langsung), merupakan dimensi yang dapat dilihat secara langsung seperti perlengkapan, fasilitas fisik, alat komunikasi, dan para karyawan di lapangan.
2. *Reliability* (keandalan), dilihat dari kemampuannya melayani pelanggan sesuai janji yang diberikan dengan akurat, cepat dan tepat serta memuaskan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kesiapan, kesigapan dan kemampuan karyawan dalam melayani sertamembantu pelanggan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), yakni rasa aman dan kepercayaan yang dirasakan pelanggan yang tumbuh dari perilaku para karyawannya. Salah satu bentuk jaminan yaitu karyawan selalu bersikap sopan dan memiliki ketrampilan yang dibutuhkan. Dimensi jaminan ini dibagi kedalam empat sub yaitu:
  - a. *Competence* (kompetensi), merupakan keahlian dan pengetahuan para karyawan yang memberikan nilai tambah dalam melayani dan mendukung pelayanannya kepada pelanggan.

- b. *Courtesy* (kesopanan), yang berkaitan dengan sikap sopan, rasa hormat, perhatian, serta ramah dan bersahabat yang ditunjukkan karyawan dan pegawai terhadap pelanggan.
  - c. *Credibility* (kredibilitas), yaitu sikap jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan, kontak dan interaksi dengan pelanggan.
  - d. *Security* (keamanan), yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. *Empathy*, meliputi kemudahan dalam melakukan komunikasi dan menjalin hubungan yang baik serta perhatian pribadi dan mampu dalam memahami kebutuhan pelanggan. Dimensi ini terbagi lagi menjadi tiga sub dimensi, yaitu:
- a. *Access* (akses), yaitu kemudahan karyawan untuk dapat ditemui dan dihubungi oleh pelanggan.
  - b. *Communication* (komunikasi), yaitu karyawan mampu mengkomunikasikan kepada pelanggan dalam bahasa yang mudah untuk dipahami, serta kemampuannya dalam mendengarkan keluhan dan saran dari pelanggan.
  - c. *Understanding/knowing the customer* (memahami konsumen), yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.

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

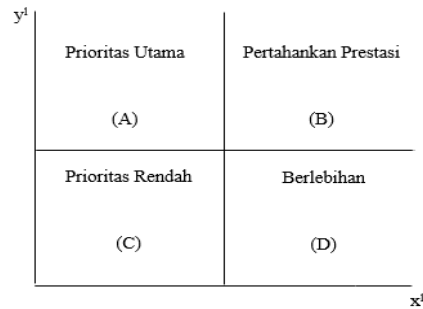
Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu metode statistik bercorak deskriptif. Metode ini pertama kali diperkenalkan oleh Jhon A. Martilla dan Jhon C. James pada tahun 1977 yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa. IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. Secara Konsep IPA merupakan suatu model multi-atribut. Teknik ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan penawaran pasar dengan menggunakan dua kriteria yaitu kepentingan relative atribut dan kepuasan konsumen yang diwakili oleh huruf X dan Y. Dimana X sebagai tingkat kinerja perusahaan dan Y sebagai tingkat kepentingan/kepuasan konsumen.

IPA merupakan suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi factor-faktor kinerja penting yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa mereka (konsumen). Metode ini juga membandingkan pengukuran antara *expectation* (harapan) dengan *perceived performance* (kinerja perusahaan) dalam mengukur kepuasan konsumen [2]. Selain itu juga dapat diketahui atribut yang buruk kinerjanya dan keluhan dari pengguna, dari situ dapat ditentukan langkah perbaikan secara terencana mulai dari atribut-atribut yang dianggap penting namun kinerjanya masih kurang baik.

Dalam teknik ini responden diminta untuk merangking berbagai atribut atau elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap atribut tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing atribut tersebut.

Langkah Penggunaan Metode IPA Score pengukuran performansi organisasi = persepsi x tingkat kepentingan. Langkah ini mengimplikasikan bahwa semakin besar *score*, semakin utama pula prioritasnya. Metode IPA dapat dimulai dengan [2]:

1. Identifikasi atribut awal
  - a. Identifikasi tingkat kepentingan (harapan) tiap atribut
  - b. Identifikasi pelaksanaan (kinerja) pada tiap atribut
2. Menentukan keunggulan dan kelemahan layanan dengan analisis kuadran.
  - a. Menghitung jumlah kuesioner yang masuk
  - b. Menguji keandalan dan kesahihan butir dengan alat bantu Microsoft excel
3. Menentukan tingkat kesesuaian responden.
4. Menentukan skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan dan tingkat kepentingan.
5. Menentukan X yaitu rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan/kepuasan atas seluruh faktor atau atribut dan Y yaitu rata-rata dari skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
6. Menjabarkan tingkat unsur-unsur tersebut ke dalam empat bagian diagram kartesius.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Keterangan :

1. Prioritas Utama, A (*Concetrate Here*)  
Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan/tidak puas.
2. Pertahankan Prestasi, B (*Keep Up the Good Work*)  
Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan. Pelanggan merasa sangat puas.
3. Prioritas Rendah, C (*Low Priority*)  
Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
4. Berlebihan, D (*Possibly Overkill*)  
Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

Pada jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya, perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan. Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan (harapan) dan pelaksanaan (kinerja), maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi

kepuasan pelanggan. Dengan demikian, terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, dan Y merupakan tingkat kepentingan/ekspektasi pelanggan. Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian suatu perhitungan mengenai tingkat pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian tersebut yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Tingkat kesesuaian tersebut dihitung dengan rumus persamaan (1).

$$T_k = \frac{x_i}{y_i} \cdot 100\% \quad \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

- T<sub>k</sub> = Tingkat Kesesuaian Responden
- x<sub>i</sub> = Skor penilaian kinerja/realita
- y<sub>i</sub> = Skor penilaian kepentingan/ekspektasi

Setelah dilakukan pengukuran tingkat kesesuaian, langkah selanjutnya adalah sumbu mendatar (x) akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat diketahui dengan rumus persamaan (2).

$$\bar{X} = \frac{\sum x_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum y_i}{n} \quad \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

- x<sub>i</sub> = Skor penilaian kinerja/realita perusahaan
- y<sub>i</sub> = Skor penilaian kepentingan/ekspektasi pelanggan
- x = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/realita
- y = Skor rata-rata tingkat kepentingan/ekspektasi
- n = Jumlah responden

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x,y). Dimana (x) merupakan rata-rata skor tingkat kinerja dari suatu atribut dan (y) adalah rata-rata skor tingkat kepentingan dari atribut

yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Rumus yang digunakan adalah (3).

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N x_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N y_i}{K} \quad \dots\dots\dots (3)$$

Keterangan :

- $\bar{X}$  = Rata-rata dari skor rata-rata persepsi seluruh atribut
- $\bar{Y}$  = Rata-rata dari skor rata-rata tingkat ekspektasi seluruh atribut
- k = Jumlah atribut yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen
- n = Jumlah pernyataan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan data-data kuantitatif untuk memberikan gambaran dari karakteristik populasi yang diwakili dari sampel atau responden penelitian pada variabel-variabel yang diukur.

##### 3.1.1 Kehandalan (*Reliability*)

Dari Tabel 1 dapat dilihat bahwa pelanggan JNE merasa bahwa kehandalan dalam pelayanan cukup penting, yaitu rata 5 (dari skala 5). Artinya secara umum kehandalan dalam pelayanan cukup dibutuhkan. Dari 4 indikator pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini, indikator yang memiliki nilai tertinggi adalah indikator REL3 dengan nilai 4,4. REL3 menunjukkan bahwa kehandalan dalam pelayanan cukup diperlukan bagi pelanggan JNE.

Tabel 1. Deskriptif Kehandalan (*Reliability*)

| Variabel                           | Indikator | N  | Mean | Keterangan                                                                         |
|------------------------------------|-----------|----|------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Reliability</i><br>(Kehandalan) | REL1      | 30 | 4,3  | Dapat menyediakan layanan tepat waktu                                              |
|                                    | REL2      | 30 | 4,3  | Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan                                 |
|                                    | REL3      | 30 | 4,4  | Karyawan siap dalam membantu mencari pelayanan yang sesuai dengan keluhan konsumen |

|      |    |     |                                      |
|------|----|-----|--------------------------------------|
| REL4 | 30 | 4,3 | Menyediakan jam pelayanan yang cukup |
|------|----|-----|--------------------------------------|

### 3.1.2 Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap dalam pelayanan cukup dibutuhkan. Dari 4 indikator pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini, indikator yang memiliki nilai terendah adalah indikator RES3 dengan nilai 4,4. RES1, RES2 dan RES4 menunjukkan bahwa daya tanggap dalam pelayanan cukup diperlukan bagi pelanggan JNE.

Tabel 2. Deskriptif Daya Tanggap (*Responsiveness*)

| Variabel                                | Indikator | N  | Mean | Keterangan                                                                  |
|-----------------------------------------|-----------|----|------|-----------------------------------------------------------------------------|
| <i>Responsiveness</i><br>(Daya Tanggap) | RES1      | 30 | 4,6  | Karyawan JNE mempunyai respon yang baik ketika ada pertanyaan dari konsumen |
|                                         | RES2      | 30 | 4,6  | Cepat dan tepat dalam menyediakan layanan untuk konsumen                    |
|                                         | RES3      | 30 | 4,4  | Berupaya dalam membantu menyelesaikan masalah terkait pelayanan             |
|                                         | RES4      | 30 | 4,6  | Tanggap dan merespon keluhan konsumen terkait pelayanan yang diterimanya    |

### 3.1.3 Jaminan (*Assurance*)

Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa pelanggan JNE merasa bahwa jaminan dalam pelayanan cukup penting, yaitu rata 5 (dari skala 5). Artinya secara umum jaminan dalam pelayanan cukup dibutuhkan. Dari 4 indikator pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini, indikator yang memiliki nilai tertinggi adalah indikator ASS4 dengan nilai 4,6. ASS4 menunjukkan bahwa jaminan dalam pelayanan cukup diperlukan bagi pelanggan JNE

Tabel 3. Deskriptif Jaminan (*Assurance*)

| Variabel                      | Indikator | N  | Mean | Keterangan                                    |
|-------------------------------|-----------|----|------|-----------------------------------------------|
| <i>Assurance</i><br>(Jaminan) | ASS1      | 30 | 4,4  | Konsumen merasa aman saat melakukan transaksi |
|                               | ASS2      | 30 | 4,5  | Karyawan JNE                                  |

|      |    |     |  |                                                      |
|------|----|-----|--|------------------------------------------------------|
|      |    |     |  | yang secara konsisten bersikap baik dan sopan        |
| ASS3 | 30 | 4,4 |  | Menyampaikan informasi pelayanan terkait dengan baik |
| ASS4 | 30 | 4,6 |  | Reputasi kantor pengiriman JNE baik                  |

### 3.1.4 Empati (*Emphaty*)

Dari Tabel 4. dapat dilihat bahwa pelanggan JNE merasa bahwa empati dalam pelayanan cukup penting, yaitu rata 5 (dari skala 5). Artinya secara umum empati dalam pelayanan cukup dibutuhkan. Dari 4 indikator pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini, indikator yang memiliki nilai tertinggi adalah indikator EMP4 dengan nilai 4,6. EMP4 menunjukkan bahwa empati dalam pelayanan cukup dibutuhkan bagi pelanggan JNE.

Tabel 4. Deskriptif Empati (*Empathy*)

| Variabel       | Indikator | N  | Mean | Keterangan                                           |
|----------------|-----------|----|------|------------------------------------------------------|
| <i>Emphaty</i> | EMP1      | 30 | 4,3  | Memberikan perhatian kepada konsumen                 |
|                | EMP2      | 30 | 4,4  | Mengutamakan kebutuhan konsumen                      |
|                | EMP3      | 30 | 4,4  | Karyawan dapat memahami keinginan/kebutuhan konsumen |
|                | EMP4      | 30 | 4,6  | Kemudahan dalam permohonan akses pelayanan           |

### 3.1.5 Bukti Fisik (*Tangible*)

Dari Tabel 5 dapat dilihat bahwa pelanggan JNE merasa bahwa tampilan fisik (*tangible*) cukup baik, yaitu rata-rata 5 (dari skala 5). Artinya, secara umum tampilan fisik cukup diperhatikan. Dari 4 indikator pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini, indikator yang memiliki nilai tertinggi adalah indikator TAN3 dengan nilai 4,7. Dan nilai terendah adalah indikator TAN1 dengan nilai 4,3. Indikator TAN3 menunjukkan bahwa fisik tampilan cukup bermanfaat bagi pelanggan JNE.

Tabel 5. Deskriptif Bukti Fisik (*Tangible*)

| Variabel                         | Indikator | N  | Mean | Keterangan                                                                |
|----------------------------------|-----------|----|------|---------------------------------------------------------------------------|
| <i>Tangible</i><br>(Bukti Fisik) | TAN1      | 30 | 4,3  | Desain Pelayanan yang menarik dan mudah di isi                            |
|                                  | TAN2      | 30 | 4,6  | JNE memiliki sistem untuk melacak barang yang dapat diakses oleh konsumen |
|                                  | TAN3      | 30 | 4,7  | Karyawan berpenampilan rapi                                               |

|      |    |     |                                                       |
|------|----|-----|-------------------------------------------------------|
| TAN4 | 30 | 4,6 | Fasilitas yang berdaya tarik visual (rapi dan bersih) |
|------|----|-----|-------------------------------------------------------|

### 3.2 Analisis Statistik

#### 3.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji untuk mengetahui kevalidan dan kesesuaian kuesioner penelitian yang digunakan untuk memperoleh data. Pengujian signifikansi dilakukan menggunakan r tabel dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- Jika nilai Rhitung > nilai Rtabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid
- Jika nilai Rhitung < nilai Rtabel, maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid

R tabel untuk N=30 dengan distribusi signifikansi 5% adalah 0,361.

Tabel 6. Taraf Signifikansi

| N  | Taraf Signifikansi |       |
|----|--------------------|-------|
|    | 5%                 | 1%    |
| 10 | 0,632              | 0,765 |
| 15 | 0,514              | 0,641 |
| 20 | 0,444              | 0,561 |
| 25 | 0,396              | 0,505 |
| 30 | 0,361              | 0,463 |
| 32 | 0,349              | 0,449 |

Hasil validitas *Performance* dan *Expectation* Responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 7. Validitas Responden

| N   | R Hitung | R Tabel | Hasil |
|-----|----------|---------|-------|
| X1  | 0.539    | 0,361   | Valid |
| X2  | 0.759    | 0,361   | Valid |
| X3  | 0.646    | 0,361   | Valid |
| X4  | 0.730    | 0,361   | Valid |
| X5  | 0.527    | 0,361   | Valid |
| X6  | 0.654    | 0,361   | Valid |
| X7  | 0.866    | 0,361   | Valid |
| X8  | 0.849    | 0,361   | Valid |
| X9  | 0.621    | 0,361   | Valid |
| X10 | 0.634    | 0,361   | Valid |
| X11 | 0.803    | 0,361   | Valid |
| X12 | 0.522    | 0,361   | Valid |
| X13 | 0.837    | 0,361   | Valid |
| X14 | 0.809    | 0,361   | Valid |
| X15 | 0.800    | 0,361   | Valid |
| X16 | 0.662    | 0,361   | Valid |
| X17 | 0.692    | 0,361   | Valid |
| X18 | 0.660    | 0,361   | Valid |
| X19 | 0.543    | 0,361   | Valid |
| X20 | 0.576    | 0,361   | Valid |

#### 3.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran *relative* konsisten apabila pengukuran dilakukan berkali-kali (Umar, 2010). Menurut Sekaran (2007) realibilitas suatu pengukuran merupakan indikasi tentang stabilitas dari konsistensi pengukuran. Tes realibilitas yang populer digunakan adalah *Cronbach's Coefficient Alpha*, yang digunakan untuk mengukur seberapa baik butir-butir pernyataan *multipoint scale* secara *positive* berkorelasi satu sama lain. Koefisien *Cronbach's Alpha* yang diterima adalah yang bernilai 0.6 atau lebih, semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha* maka semakin tinggi realibilitas suatu kuesioner. Dimana apabila *Cronbach's Alpha* mendekati angka 1, maka alat tes tersebut dapat dinyatakan semakin reliabel (Malholtra, 2010). Berikut hasil uji reliabilitas menggunakan 30 responden.

$$n = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_{total}^2} \right]$$

$$n = \frac{20}{20-1} \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k 10,658^2}{263,237^2_{total}} \right]$$

$$n = 1,052[0,959]$$

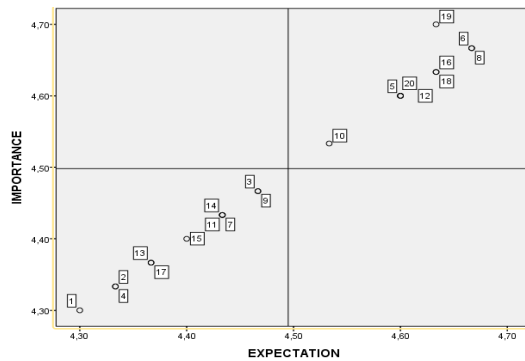
$$n = 1,010$$

Tabel 8. Uji reliabilitas

| Variabel       | N of Item | Cronbach Alpha Performance | Cronbach Alpha Expectation |
|----------------|-----------|----------------------------|----------------------------|
| Reliability    | 4         | ,889                       | ,889                       |
| Responseveness | 4         | ,828                       | ,828                       |
| Assurance      | 4         | ,804                       | ,804                       |
| Emphaty        | 4         | ,942                       | ,942                       |
| Tangibel       | 4         | ,840                       | ,837                       |

### 3.3 Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan oleh JNE Jhoni Anwar Kota Padang maka perlu dilakukan analisis tingkat kepentingan atribut dengan bantuan diagram kartesius. Analisis ini menggunakan data tingkat kepentingan/harapan konsumen dan tingkat kepuasan/persepsi.



Gambar 2. Diagram Kartesius *Performance* dan *Expectation*

Dari Gambar tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

#### 1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang di anggap penting oleh pelanggan namun tidak terlaksanakan dengan baik oleh perusahaan. Sehingga harus ditingkatkan dan kuadran ini merupakan prioritas tertinggi. Dalam kuadran ini tidak ditemukan atribut dengan prioritas tinggi yang tidak terlaksana oleh perusahaan JNE Jhoni Anwar Kota Padang.

#### 2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Kuadran B menunjukkan faktor atau atribut yang di anggap penting dan memuaskan bagi pelanggan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- (5) Karyawan JNE mempunyai respon yang baik ketika ada pertanyaan dari konsumen
- (6) Cepat dan tepat dalam menyediakan layanan untuk konsumen
- (8) Tanggap dan merespon keluhan konsumen terkait pelayanan yang diterimanya
- (10) Karyawan JNE yang secara konsisten bersikap baik dan sopan
- (12) Reputasi kantor pengiriman JNE baik
- (16) Kemudahan dalam permohonan akses pelayanan
- (18) JNE memiliki sistem untuk melacak barang yang dapat diakses oleh konsumen
- (19) Karyawan berpenampilan rapi
- (20) Fasilitas yang berdaya tarik visual (rapi dan bersih)

Dengan demikian atribut-atribut tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh pihak perusahaan.

#### 3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Kuadran C menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan tidak terlaksanakan dengan baik oleh pihak perusahaan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- (1) Dapat menyediakan layanan tepat waktu
- (2) Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan
- (3) Karyawan siap dalam membantu mencari pelayanan yang sesuai dengan keluhan konsumen
- (4) Menyediakan jam pelayanan yang cukup
- (7) Berupaya dalam membantu menyelesaikan masalah terkait pelayanan
- (9) Konsumen merasa aman saat melakukan transaksi
- (11) Menyampaikan informasi terkait pelayanan dengan baik
- (13) Menyampaikan informasi terkait pelayanan dengan baik
- (14) Mengutamakan kebutuhan konsumen
- (15) Karyawan dapat memahami keinginan/kebutuhan konsumen
- (17) Desain Pelayanan yang menarik dan mudah di isi

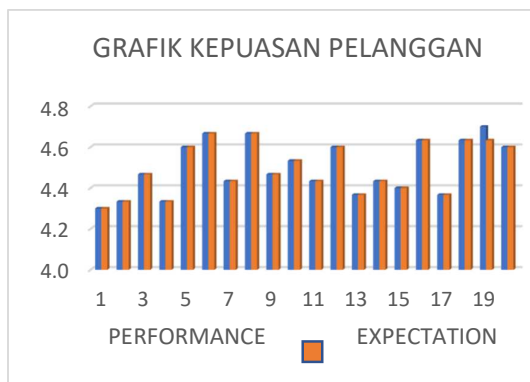
Atribut-atribut dalam kuadran ini mempresentasikan hal-hal yang kurang penting dan berkualitas rendah. Oleh karena itu, Atribut-atribut di atas perlu di perbaiki kualitas pelayanannya.

#### 4. Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran D menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh perusahaan. Dalam kuadran ini tidak di temukan atribut yang di dilaksanakan dengan berlebihan oleh perusahaan JNE Jhoni Anwar Kota Padang.

### 3.4 Kepuasan Pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di JNE Jhoni Anwar dapat dilihat pada grafik berikut



Gambar 3. Grafik Kepuasan Pelanggan

Pada grafik di atas dapat dilihat bahwa line tertinggi adalah variabel *Tangibel* ((19) Karyawan berpenampilan rapi) di *Performance* dengan nilai 4,7 dan line terendah adalah variabel *relyability* ((1) Dapat menyediakan layanan tepat waktu) dengan nilai 4,3 di kedua skala yaitu *performance* dan *expectation*. Sedangkan variabel-variabel lainnya mempunyai nilai yang sama di kedua skala.

Tabel 9. Tingkat Kepuasan Pelanggan Per-Variabel

| No. | Indikator                                                                              | Variabel              |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| 1   | (19) Karyawan berpenampilan rapi                                                       | <i>Tangibel</i>       |
| 2   | (6)Cepat dan tepat dalam menyediakan layanan untuk konsumen                            | <i>Responsiveness</i> |
| 3   | (8)Tanggap dan merespon keluhan konsumen terkait pelayanan yang diterimanya            | <i>Responsiveness</i> |
| 4   | (16) Kemudahan dalam permohonan akses pelayanan                                        | <i>Emphaty</i>        |
| 5   | (18) JNE memiliki sistem untuk melacak barang yang dapat diakses oleh konsumen         | <i>Tangible</i>       |
| 6   | (20) Fasilitas yang berdaya tarik visual (rapi dan bersih)                             | <i>Tangible</i>       |
| 7   | (12) Reputasi kantor pengiriman JNE baik                                               | <i>Assurance</i>      |
| 8   | (5) Karyawan JNE mempunyai respon yang baik ketika ada pertanyaan dari konsumen        | <i>Responsiveness</i> |
| 9   | (10) Karyawan JNE yang secara konsisten bersikap baik dan sopan                        | <i>Assurance</i>      |
| 10  | (3) Karyawan siap dalam membantu mencari pelayanan yang sesuai dengan keluhan konsumen | <i>Reliability</i>    |
| 11  | (9) Konsumen merasa aman saat melakukan transaksi                                      | <i>Assurance</i>      |
| 12  | (14) Mengutamakan kebutuhan konsumen                                                   | <i>Emphaty</i>        |
| 13  | (7) Berupaya dalam membantu menyelesaikan masalah terkait pelayanan                    | <i>Responsiveness</i> |
| 14  | (11) Menyampaikan informasi terkait pelayanan dengan baik                              | <i>Assurance</i>      |

|    |                                                                     |                    |
|----|---------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 15 | (15) Karyawan dapat memahami keinginan/kebutuhan konsumen           | <i>Emphaty</i>     |
| 16 | (13) Menyampaikan informasi terkait pelayanan dengan baik           | <i>Emphaty</i>     |
| 17 | (17) Desain Pelayanan yang menarik dan mudah di isi                 | <i>Tangibel</i>    |
| 18 | (2) Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dengan keluhan konsumen | <i>Reliability</i> |
| 19 | (4) Menyediakan jam pelayanan yang cukup                            | <i>Reliability</i> |
| 20 | (1) Dapat menyediakan layanan tepatwaktu                            | <i>Reliability</i> |

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di JNE Kota Padang Cabang Jhoni Anwar sebagian besar merasa Puas akan pelayanan yang diterimanya dengan persentasi sebesar 85% di variabel *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibel*, sementara 15% berada di cukup puas, variabel *Reliability* dengan atribut (1) Dapat menyediakan layanan tepat waktu, (2)Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, dan (4) Menyediakan jam pelayanan yang cukup. Dengan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) maka dapat diketahui masih terdapat 11 atribut yang harus ditingkatkan kualitas pelayananya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Zeithaml et.al.(2000). Lima dimensi pokok kualitas jasa.
- [2] Hidayatullah. (2006).*Importance Performance Analysis* (IPA).
- [3] Wurdiani, E., Sureni, I., & Rosita, A. (2019). Analisis Mutu Layanan Unit Rekam Medis Menggunakan Metode Servqual dan Importance-Performance Analysis di RSU Muhammadiyah Ponorogo. *Jurnal Penelitian Kesehatan" SUARA FORIKES"(Journal of Health Research" Forikes Voice")*, 10(1), 21-24.
- [4] Fajri, L., Sugiarto, S., & Anggraini, R. (2019). Penerapan Metode Ipa (Importance Perfomance Analysis) Untuk Menganalisis Kepentingan Dan Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Bus Trans Koetaradja (Studi Kasus: Koridor I Keudah–Darussalam). *Jurnal*



- Arsip Rekayasa Sipil dan Perencanaan*, 2(2), 164-173.
- [5] Suryapranatha, D. (2016). Analisis Tingkat Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Service Quality (Servqual)-Fuzzy Di Instalasi Rawat Inap Kelas Iii Suatu Rumah Sakit. *Buana Ilmu*, 1(1).
- [6] Ong, J. O., & Pambudi, J. (2014). Analisis kepuasan pelanggan dengan Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (Persero). *J@ Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 9(1), 1-10.