

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE ON  
CONSUMER SATISFACTION WITH IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS  
METHOD (CASE STUDY AT GOGO FRIED CHIKEN, DENPASAR**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE  
ANALYSIS (STUDY KASUS DI GOGO FRIED CHIKEN, DENPASAR**

**I G. N. Aditya Gunawan, A. A. P. A. Suryawan Wiranatha\*, C. A. Bayu Sadyasmara**

Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus  
Bukit Jimbaran, Badung, Kode pos : 80361; Telp/Fax : (0361) 701801.

Diterima 29 Juni 2022 / Disetujui 23 Agustus 2022

**ABSTRACT**

*Fast food is food that is provided fast and practical. This is supported by the development of an increasingly modern era which causes changes in people's lifestyle to be quite significant. so that the percentage of expenditure on ready-to-eat meals is higher than the percentage of raw materials. This study aims to measure the level of importance and performance of product and service quality on customer satisfaction. From the results of the attribute assessment of the level of importance and performance of consumer satisfaction, it will be known that the product and service attributes are still unable to provide satisfaction to consumers and provide improvement solutions. This research was conducted at Gogo Fried Chicken, which is one of the actors in the fast-food culinary business that can maintain service quality towards customer satisfaction so that customer interest does not decrease. The sample used was 94 respondents using purposive sampling method. Data obtained by distributing questionnaires to respondents directly. This research uses the Importance Performance Analysis method. The results showed that the attribute that had the highest level of customer satisfaction for product quality was the use of social media with an average score 122.49% and the lowest level of satisfaction was the beverage menu variant with an average score 66.51%. Meanwhile, the highest level of customer satisfaction with service quality is employee understanding of the willingness / desires of consumers with an average score 128.48%, and the lowest level of satisfaction is the availability of parking wifi 61.03%. For product quality performance, the variable with the highest score was the taste of food and the lowest score was the drink menu variant. For the sake of product quality, the most important variables are menu variants and food taste. The variable that needs to be prioritized for improvement is the availability of parking space, where the lack of parking space can lead to wasted time and energy for consumers looking for parking lots to park their vehicles, thereby reducing consumer interest.*

**Keywords :** *Customer Satisfaction, Level Of Importance, Performance, Gogo Fried Chicken, Importance Performance Analysis*

---

\* Korespondensi Penulis:

Email: [balitruily@yahoo.com](mailto:balitruily@yahoo.com)

## ABSTRAK

Makanan cepat saji adalah makanan yang disediakan dengan cepat dan praktis. Hal ini didukung dengan perkembangan zaman yang semakin modern yang menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat cukup signifikan. Sehingga persentase pengeluaran untuk makanan siap saji lebih tinggi dari persentase bahan baku. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kinerja kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil penilaian atribut tingkat kepentingan dan kinerja kepuasan konsumen, akan diketahui bahwa atribut produk dan jasa masih belum mampu memberikan kepuasan kepada konsumen dan memberikan solusi perbaikan. Penelitian ini dilakukan pada Gogo Fried Chicken yang merupakan salah satu pelaku bisnis kuliner cepat saji yang dapat menjaga kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan agar minat pelanggan tidak berkurang. Sampel yang digunakan adalah 94 responden dengan menggunakan metode purposive sampling. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara langsung. Penelitian ini menggunakan metode Importance Performance Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang memiliki tingkat kepuasan pelanggan tertinggi terhadap kualitas produk adalah penggunaan media sosial dengan skor rata-rata 122,49% dan tingkat kepuasan terendah adalah varian menu minuman dengan skor rata-rata 66,51%. Sedangkan tingkat kepuasan pelanggan tertinggi terhadap kualitas pelayanan adalah pemahaman karyawan terhadap kemauan/keinginan konsumen dengan skor rata-rata 128,48%, dan tingkat kepuasan terendah adalah ketersediaan wifi parkir 61,03%. Untuk kinerja kualitas produk, variabel dengan skor tertinggi adalah rasa makanan dan skor terendah adalah varian menu minuman. Demi kualitas produk, variabel yang paling penting adalah varian menu dan rasa makanan. Variabel yang perlu diprioritaskan untuk ditingkatkan adalah ketersediaan tempat parkir, dimana kurangnya tempat parkir dapat mengakibatkan pemborosan waktu dan tenaga bagi konsumen yang mencari tempat parkir untuk memarkir kendaraannya sehingga mengurangi minat konsumen.

**Kata kunci :** Kepuasan Pelanggan, Tingkat Kepentingan, Kinerja, Ayam Goreng Gogo, Analisis Tingkat Kepentingan

## PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin modern menyebabkan perubahan yang cukup signifikan pada gaya hidup masyarakat. Perubahan ini juga terlihat pada pola konsumsi masyarakat yang serba cepat dan praktis. Hal ini terlihat dengan meningkatnya persentase pengeluaran untuk makanan jadi dan menurunnya persentase untuk bahan mentah. Berdasarkan kondisi seperti ini permintaan atas penyedia makanan siap saji meningkat, disamping itu faktor pertumbuhan penduduk juga sangat mendukung dalam permintaan makanan cepat saji (Sembiring, 2006).

Pesatnya pertumbuhan di industri jasa makanan memicu tumbuhnya restoran cepat saji. Dengan semakin banyaknya restoran cepat saji yang ada, maka menimbulkan persaingan tersendiri diantara restoran cepat saji tersebut. Berbagai cara dilakukan oleh masing-masing restoran cepat saji untuk memenangkan persaingan, antara lain yakni dengan meningkatkan kepuasan konsumen karena kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan.

Pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Saat ini diyakini bahwa kunci utama dalam memenangkan persaingan bisnis adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan konsumen (customer satisfaction) (Supranto, 2006). Kepuasan konsumen adalah faktor terpenting dalam mengembangkan proses dan membangun hubungan dengan konsumen (Karna, 2004). Kepuasan konsumen sangat di pengaruhi oleh bagaimana pihak front liner dalam memberikan pelayanannya (Dresner et al., 1995).

Waktu pelayanan yang cepat di restoran merupakan salah satu hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen tentu menginginkan makanan yang dipesan dapat segera disajikan dan segera disantap, terlebih jika orang tersebut memiliki kesibukan yang cukup padat dan tidak memiliki banyak waktu. Adanya tuntutan tersebut, maka banyak bermunculan restoran-restoran cepat saji yang berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya dengan harapan dapat membuat konsumen lebih puas dan loyal terhadap restoran tersebut.

Restoran siap saji (*fast food*) *Gogo Fried Chicken* merupakan salah satu dari sekian banyaknya restoran siap saji (*fast food*) yang ada di Bali. *Gogo Fried Chicken* menjual olahan ayam sebagai produk utamanya. beberapa restoran fast food pesaing *Gogo fried chicken* yaitu ACK, JFC, dan C<sup>bezt</sup>. Dari ke-10 outlet tersebut diantaranya *Gogo Fried Chicken Waturenggong* yang belum mencapai target omset perbulannya yaitu baru mencapai 140-160 juta perbulannya. Namun, pelayanan yang diberikan oleh *Gogo Fried Chiken* juga tidak semata-mata telah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Seringkali terjadi perbedaan antara harapan yang diinginkan dengan kenyataan yang dialami oleh konsumen, yang mana ini dapat menyebabkan penurunan tingkat kepuasan konsumen. Setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. Sehingga tidaklah mudah dalam memperoleh kepuasan konsumen. Proses pemenuhan kepuasan konsumen, tidak hanya membutuhkan produk atau jasa yang berkualitas saja, namun juga membutuhkan adanya system pelayanan yang mendukung, sehingga akan merasa senang dengan produk atau jasa yang dibutuhkan, serta nyaman dengan pelayanan yang diberikan. Hal yang menjadi acuan mengetahui kualitas produk dan layanan untuk kepuasan konsumen sehingga dapat memperbaiki sesuai harapan konsumen dan mencapai target penjualannya.

Beberapa metode dalam pengukuran kepuasan konsumen diantaranya *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah IPA karena memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lain. Kelebihan metode ini antara lain dapat menunjukkan atribut produk/jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti, dan membutuhkan biaya rendah (Dian, 2014).

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kualitas produk dan pelayanan yang diberikan oleh *Gogo fried chicken* terhadap kepuasan konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode IPA. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan, sehingga diperoleh gambaran utuh posisi atau kinerja saat ini. Gambaran yang diperoleh kemudian menjadi masukan untuk mempertahankan konsumen dan melakukan pengembangan serta mencapai target perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Tahapan penelitian ini dilakukan dengan studi pustaka dan survei awal ke *Gogo Fried Chicken* untuk identifikasi atribut kualitas produk dan pelayanan, kemudian dilakukan penyusunan kuisisioner yang dilanjutkan dengan uji reliabilitas dan validitas kuesioner. Setelah uji reliabilitas dan validitas yang menunjukkan hasil valid dan reliabel maka dilakukan penyebaran kuisisioner di *Gogo Fried Chicken*. Setelah data diperoleh maka dilakukan analisis data untuk menentukan tingkat kepentingan dan kinerja kualitas produk dan pelayanan serta tingkat kepuasan konsumen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Reliabilitas dan Validitas Kuesioner

Menurut Singarimbun dan Effendi (1989), uji validitas adalah uji yang digunakan untuk

menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Uji reliabilitas berfungsi menjadi suatu alat ukur untuk mengetahui seberapa jauh tingkat konsistensi dari jawaban responden terhadap keseluruhan pertanyaan yang diajukan.

Uji Reliabilitas dilakukan pada ACK Fried Chicken, Denpasar dengan mengambil sebanyak 20 sampel dan didapatkan koefisien alpha( $\alpha$ ) kuesioner kepentingan sebesar 0,764 sehingga bisa dikatakan item pertanyaan pada kuesioner reliabel karena memiliki koefisien alpha( $\alpha$ ) lebih besar dari 0.60. Untuk koefisien alpha( $\alpha$ ) kuesioner kinerja di dapatkan sebesar 0,740 sehingga bisa dikatakan pertanyaan pada kuesioner reliabel karena memiliki koefisien alpha( $\alpha$ ) lebih besar dari 0.60 (Ghozali, 2005).

Uji validitas data dilakukan pada ACK Fried Chicken, Denpasar dengan sampel yang diambil sebanyak 20 sampel. Hasil nilai r dari setiap pertanyaan kuesioner kepentingan konsumen dan tingkat pelayanan yaitu  $df=19$ ,  $r$  tabel = 0,4329.

### **Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini ditunjukkan dari usia, jenis kelamin, pekerjaan, frekuensi berkunjung dan pendapatan perbulan di Gogo Fried Chicken. Pada penelitian ini, karakteristik responden pada faktor usia yang dipilih adalah konsumen yang berusia 15 tahun sampai 45 tahun. Sebagian besar responden yang menikmati produk Gogo Fried Chicken berusia 15-25 tahun yaitu sebesar 71,28 %, sedangkan responden berusia 31-45 tahun sebesar 24,47%. dan pada usia > 45 tahun memiliki jumlah yang paling sedikit yaitu 4,26%.

Karakteristik responden pada faktor jenis kelamin, didapatkan dari kuisisioner jumlah responden yang berjenis kelamin laki laki sebanyak 41 orang (43,62%) yang berjenis kelamin perempuan 53 orang (56,38%).

Jenis pekerjaan dengan tingkat kedatangan tertinggi pada Gogo Fried Chicken adalah seorang Mahasiswa atau pelajar yaitu sebesar 39,36% hal ini berarti produk Gogo Fried Chicken di gandrungi oleh kalangan anak muda. Jenis pekerjaan terbesar kedua yaitu wiraswasta sebesar 29,79%. Karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan didominasi oleh mahasiswa/pelajar berbanding lurus dengan karakteristik berdasarkan faktor usia.

Berdasarkan frekuensi berkunjung, 83 orang (88,30%) berkunjung sebanyak  $\geq 2$  kali dan 11 orang (11,70%) berkunjung sebanyak 1 kali. Dilihat dari jumlah frekuensi pembeli ulang responden yang melakukan pembelian  $\geq 2$  kali lebih besar dari konsumen yang melakukan pembelian sebanyak 1 kali, sehingga terlihat bahwa konsumen merasa cukup puas terhadap kualitas produk dan pelayanan yang ditawarkan.

Berdasarkan data responden diketahui sebagian besar responden memiliki rata-rata pendapatan per bulan sebesar > Rp 1.000.000 yaitu sebesar 27,79% yang sebgayaan besar merupakan responden dari kalangan mahasiswa/pelajar. Sedangkan responden yang paling terkecil yaitu sebesar 8,51% memiliki pendapatan perbulan > Rp 3.500.000.

### **Tingkat Kepentingan**

Tingkat kepentingan konsumen didapatkan dengan cara menghitung jumlah skor setiap atribut. Semakin besar jumlah skor setiap atribut maka bisa dikatakan semakin besar pula tingkat kepentingan atribut tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan produk atribut dengan skor terbesar pada Gogo Fried Chicken adalah varian menu makanan dengan total skor 428 sedangkan atribut terkecil pada tingkat kepentingan produk adalah penyajian makanan dengan skor 292. Atribut varian menu makanan memiliki skor tertinggi pada tingkat kepentingan ini karena konsumen menginginkan

adanya variasi produk/menu sehingga memperluas pilihan yang dapat dipilih oleh konsumen. Sementara skor terkecil adalah penyajian makanan dengan skor 292 yang dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen karena penyajian makanan pada usaha makanan cepat saji cenderung sama.

Berdasarkan hasil kuisioner tingkat kepentingan atribut kepuasan konsumen untuk pelayanan, atribut dengan skor terbesar adalah ketersediaan lahan parkir dengan skor 417 yang mengindikasikan bahwa ketersediaan lahan parkir menjadi faktor terpenting dalam pelayanan yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Atribut dengan skor terkecil memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan antar konsumen yakni dengan total skor 294. Konsumen memiliki pendapat bahwa memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan antar konsumen adalah hal yang penting namun tidak sepenting dengan indikator lainnya dalam pelayanan.

### **Tingkat Kinerja**

Tingkat kinerja Gogo Fried Chicken dilakukan dengan cara menghitung skor penilaian setiap atribut sehingga diketahui penilaian konsumen terhadap kinerja di Gogo Fried Chicken. Semakin besar skor yang didapat, maka penilaian responden terhadap kinerja Gogo Fried Chicken semakin baik.

Berdasarkan hasil kuisioner tingkat kinerja untuk produk, atribut dengan skor terbesar adalah rasa makanan dengan total skor 412. Hal tersebut disebabkan oleh rasa khas dari bumbu fried chicken yang dimiliki Gogo Fried Chicken sehingga konsumen merasa puas oleh rasa makanan. Atribut dengan skor terkecil varian menu minuman dengan skor 280 yang artinya konsumen kurang merasa puas dengan varian menu minuman yang disediakan oleh Gogo Fried Chicken dibanding dengan atribut lainnya.

Tabel 1. Hasil penilaian responden terhadap tingkat kepentingan (Y) dan tingkat kinerja (X) serta tingkat kesesuaian (TKi) untuk produk Gogo Fried Chicken. memiliki tingkat kepuasan atau tingkat kepentingan tertinggi adalah Penggunaan social media dengan tingkat kesesuaian sebesar 122,49% yang berarti kinerja Gogo *Fried Chicken* melebihi tingkat kepentingan konsumen. Atribut dengan tingkat kesesuaian terendah adalah varian menu minuman dengan tingkat kepuasan sebesar 66,51% yang berarti kinerja Gogo Fried Chicken masih perlu diperbaiki karena belum sesuai dengan tingkat kepentingan konsumen.

Berdasarkan hasil kuisioner tingkat kinerja untuk pelayanan, atribut dengan skor terbesar adalah pemahaman karyawan terhadap kemauan/keinginan konsumen dengan total skor 415. Atribut dengan skor terkecil adalah Ketersediaan wifi dengan total skor 249. Dengan adanya ketersediaan wifi membuat konsumen menjadi lebih betah untuk tinggal dan memungkinkan untuk terjadinya pembelian kembali.

### **Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen**

Skor kinerja dan skor kepentingan dapat membentuk kepuasan, karena kepuasan merupakan kesesuaian antara kinerja perusahaan yang diterima konsumen dengan harapan yang diinginkan konsumen (Ainy dan Fajar, 2012).

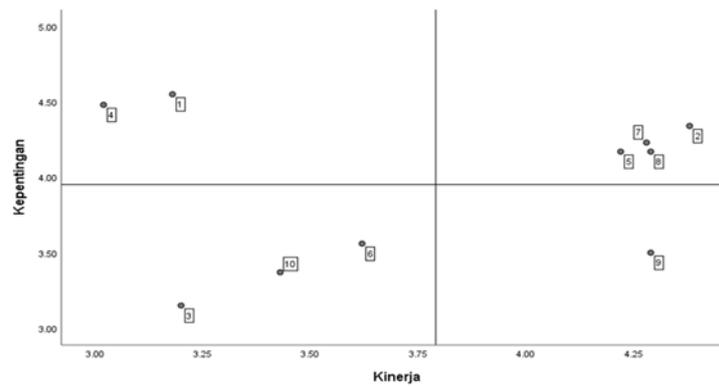
Tabel 2. Hasil penilaian responden terhadap tingkat kepentingan (Y) dan tingkat kinerja (X) serta tingkat kesesuaian (TKi) pelayanan di Gogo Fried Chicken Pada tabel 2 menunjukkan bahwa pemahaman karyawan terhadap kemauan/ keinginan konsumen dengan tingkat kepuasan sebesar 128,48% yang berarti kinerja pelayanan dari Gogo Fried Chicken melebihi tingkat kepentingan konsumen. Atribut dengan tingkat kepuasan terendah adalah ketersediaan wifi dengan tingkat kepuasan sebesar 61,03% yang berarti kinerja Gogo Fried Chicken terhadap ketersediaan dan kecepatan wifi perlu diperbaiki karena belum memenuhi keinginan konsumen.

No	Atribut	$X_i$	$\bar{X}$	$Y_i$	$\bar{Y}$	TKi (%)	Keterangan
1	Kebersihan fisik (meja, peralatan makan, toilet dan fasilitas lainnya)	289	3,07	407	4,33	71,01	Cukup Puas
2	Ketersediaan lahan parkir	275	2,94	417	4,44	65,95	Cukup Puas
3	Ketersediaan wifi	249	2,77	408	4,34	61,03	Cukup Puas
4	Penampilan produk yang rapi dan menarik	321	3,45	315	3,35	101,9	Sangat Puas
5	Ketepatan penyajian pesanan	414	4,4	409	4,35	101,22	Sangat Puas
6	Perilaku karyawan dalam melayani pelanggan	397	4,22	391	4,16	101,53	Sangat Puas
7	Kecepatan dalam melayani konsumen	336	3,59	324	3,47	103,7	Sangat Puas
8	Karyawan cepat dan sigap dalam membantu konsumen	325	3,47	318	3,4	102,2	Sangat Puas
9	Pengetahuan karyawan terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan	275	2,98	410	4,36	67,07	Cukup Puas
10	Kenyamanan konsumen pada saat berada di tempat	404	4,3	403	4,29	100,25	Sangat Puas
11	Kesesuaian pesanan dengan yang dipesan konsumen	401	4,27	398	4,23	100,75	Sangat Puas
12	Memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen	396	4,21	327	3,48	121,1	Sangat Puas
13	Pemahaman karyawan terhadap kemauan/ keinginan konsumen	415	4,41	323	3,44	128,48	Sangat Puas
14	Memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan antar konsumen	297	3,17	294	3,16	101,02	Sangat Puas
		3,66		3,91		94,8	Puas

Berdasarkan tingkat kepuasan, jika persentase yang didapatkan antara 80-100% maka kinerja dari masing-masing atribut telah memenuhi kepentingan konsumen namun masih perlu dilakukan perbaikan lagi, sedangkan jika persentase yang didapatkan lebih dari 100% maka kinerja dari atribut tersebut telah melebihi kepentingan konsumen (Lodhita 2014). Secara rata-rata bahwa kepuasan konsumen terhadap kualitas produk (97,18%) lebih tinggi dari kepuasan terhadap kualitas pelayanan (94,80%).

### Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk

Hasil penilaian konsumen tentang tingkat kepentingan dan kinerja kualitas produk dapat digambarkan pada diagram kartesius di bawah ini:



Gambar 1. Diagram Kartesius

Atribut-atribut yang berada di Kuadran A merupakan atribut yang dianggap penting, namun kinerja yang di terima dinilai masih kurang oleh konsumen. Pada kuadran A terdapat 2 atribut yaitu (1) varian menu makanan dan (2) varian menu minuman. Hal ini berarti effort yang diperlukan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen tidaklah terlalu besar.

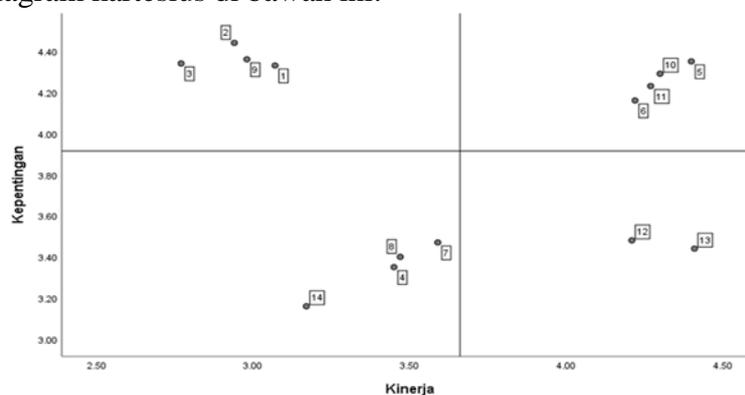
Atribut-atribut yang berada di kuadran B merupakan atribut yang dianggap penting oleh responden dan kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya dinilai sudah sesuai dengan harapan konsumen. Ada empat (4) atribut yaitu (1) rasa makanan, (2) rasa minuman, (3) harga makanan, dan (4) harga minuman. Artinya bahwa perusahaan harus mampu menjaga konsistensi dari kedua atribut tersebut.

Atribut-atribut yang berada di kuadran C merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya juga biasa saja. Ada tiga (3) atribut yang masuk dalam kuadran ini yaitu (1) penyajian makanan, (2) penyajian minuman, dan (3) potongan harga. Hal ini berarti pada kuadran C dianggap rendah atau kurang penting untuk di perbaiki karena atribut tersebut sudah dilaksanakan sesuai SOP oleh pengelola/pihak Gogo Fried Chicken.

Atribut-atribut yang berada di kuadran D merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh responden namun kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya sudah sangat baik. Pada kuadran D terdapat satu (1) atribut (10%) adalah (1) atribut penggunaan social media. Hal ini berarti Gogo Fried Chicken harus mempertahankan kinerja dari atribut-atribut ini namun jangan terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya.

**Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan**

Hasil penilaian konsumen tentang tingkat kepentingan dan kinerja kualitas pelayanan dapat digambarkan pada diagram kartesius di bawah ini:



Gambar 2. Diagram Kartesius

Atribut-atribut yang berada di kuadran A merupakan atribut yang dianggap penting oleh responden, namun dalam pelaksanaannya dinilai kurang oleh konsumen. Ada empat (4) atribut dalam kuadran ini adalah (1) Kebersihan fisik (meja, peralatan makan, toilet dan fasilitas lainnya), (2) Ketersediaan lahan parkir, (3) Ketersediaan wifi, dan (4) Pengetahuan karyawan terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan. Keempat atribut pelayanan tersebut memerlukan lebih besar effort yang dilakukan oleh Gogo Fried Chicken untuk memenuhi keinginan konsumen.

Atribut-atribut yang berada di kuadran B merupakan atribut yang dianggap penting oleh responden dan dalam pelaksanaannya dinilai sudah sesuai dengan keinginan konsumen. Ada empat (4) atribut yang masuk dalam Kuadran B yaitu (1) ketepatan penyajian pesanan, (2) perilaku karyawan dalam melayani pelanggan, (3) perilaku karyawan dalam melayani pelanggan, dan (4) kesesuaian pesanan dengan yang dipesan konsumen. Hal ini berarti Gogo Fried Chicken harus mampu mempertahankan kinerja dari atribut ini demi menjaga kepuasan konsumen.

Atribut- atribut yang berada di kuadran C merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh responden dan kinerja yang diterima dalam pelaksanaannya juga biasa saja. Ada empat (4) atribut yang masuk dalam Kuadran C yaitu: (1) penampilan produk yang rapi dan menarik, (2) kecepatan dalam melayani konsumen, (3) karyawan cepat dan sigap dalam membantu konsumen, dan (4) memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan antar konsumen. Prioritas pada kuadran C kurang penting untuk di perbaiki karena sudah dilaksanakan sesuai SOP oleh pihak Gogo Fried Chicken.

Atribut yang berada di kuadran D merupakan atribut yang dianggap kurang penting oleh responden, namun dalam pelaksanaannya dinilai sudah sangat baik oleh konsumen. Sebanyak dua (2) atribut yang masuk dalam kuadran D yaitu: (1) memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan, dan (2) pemahaman karyawan terhadap kemauan/keinginan. Hal ini berarti harus mempertahankan kinerja dari atribut-atribut ini namun jangan terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa ada 2 atribut kualitas produk yang memerlukan perbaikan untuk di tingkatkan adalah varian menu makanan dan varian menu minuman. Untuk kualitas pelayanan, ada atribut yang perlu diperbaiki yaitu: kebersihan fisik, keterbatasan lahan parkir, ketersediaan wifi, dan pengetahuan karyawan terhadap menu yang ditawarkan.

### **Customer Satisfaction Index (CSI)**

Berdasarkan perhitungan pada setiap tahapan metode CSI kemudian diperoleh indeks kepuasan untuk kualitas pelayanan Gogo Fried Chicken sebesar 79%. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen Gogo Fried Chicken sudah puas dengan pelayanan/servis yang diberikan. Nilai MIS, MSS, WF dan WS setiap atribut kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Indeks kepuasan konsumen berdasarkan atribut kualitas pelayanan Gogo Fried Chicken.

No	Atribut	MIS	MSS	WF (%)	WS
1	Kebersihan fisik (meja, peralatan makan, toilet dan fasilitas lainnya)	3,07	4,32	7,89	34,11
2	Ketersediaan bahan parkir	2,93	4,43	8,10	35,86
3	Ketersediaan <i>wifi</i>	2,76	4,34	7,93	34,42
4	Penampilan produk yang rapi dan menarik	3,44	3,35	6,12	20,51
5	Ketepatan penyajian pesanan	4,4	4,35	7,95	34,58
6	Perilaku karyawan dalam melayani pelanggan	4,22	4,15	7,58	31,47
7	Kecepatan dalam melayani konsumen	3,58	3,46	6,32	21,88
8	Karyawan cepat dan sigap dalam membantu konsumen	3,46	3,4	6,21	21,13
9	Pengetahuan karyawan terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan	2,97	4,36	7,97	34,73
10	Kenyamanan konsumen pada saat berada di tempat	4,29	4,28	7,82	33,48
11	Kesesuaian pesanan dengan yang dipesan konsumen	4,26	4,23	7,73	32,70
12	Memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen	4,21	3,47	6,34	22,00
13	Pemahaman karyawan terhadap kemauan/ keinginan konsumen	4,41	3,43	6,27	21,50
14	Memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan antar konsumen	3,17	3,15	5,76	18,13
<b>Total</b>		<b>51,17</b>	<b>54,72</b>	<b>100%</b>	<b>396,51</b>

$$CSI = 396,51/5 (100\%) = 79\%$$

Ket: MIS : *Mean Importance Score*  
MSS : *Mean Satisfaction Score*  
WF : *Weight Factors*  
WS : *Weight Score*  
WAT : *Weight Average Total*

Berdasarkan perhitungan pada setiap tahapan metode CSI kemudian diperoleh indeks kepuasan untuk kualitas produk Gogo Fried Chicken sebesar 79%. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen

Gogo Fried Chicken sudah puas dengan produk yang ditawarkan. Nilai MIS, MSS, WF dan WS setiap atribut kualitas produk dapat dilihat pada Tabel 4.

No	Atribut	MIS	MSS	WF	WS
1.	Varian menu makanan	3,18	4,55	8,40	38,22
2.	Rasa makanan	4,38	4,34	11,57	50,21
3.	Penyajian makanan	3,2	3,14	8,45	26,53
4.	Varian menu minuman	3,02	4,47	7,98	35,66
5.	Rasa minuman	4,22	4,17	11,15	46,48
6.	Penyajian minuman	3,61	3,56	9,54	33,95
7.	Harga makanan	4,27	4,23	11,28	47,71
8.	Harga minuman	4,28	4,17	11,30	47,14
9.	Penggunaan social media	4,28	3,5	11,30	39,57
10.	Potongan harga	3,42	3,37	9,03	30,44
<b>Total</b>		<b>37,86</b>	<b>39,5</b>	<b>100</b>	<b>395,91</b>
<b>CSI = 395,91/5 (100%) = 79%</b>					

Ket : MIS : *Mean Importance Score*  
 MSS : *Mean Satisfaction Score*  
 WF : *Weight Factors*  
 WS : *Weight Score*  
 WAT : *Weight Average Total*

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Berdasarkan tingkat kepentingan kualitas produk, atribut yang mendapatkan skor tertinggi adalah varian menu makanan dengan total skor (4,55) (sangat penting), sedangkan atribut dengan nilai terendah pada tingkat kepentingan kualitas produk adalah penyajian makanan dengan skor (3,15) (cukup penting). Atribut dengan skor tertinggi untuk tingkat kepentingan pelayanan adalah ketersediaan lahan parkir dengan skor (4,44), sedangkan atribut dengan skor terendah adalah memberikan pelayanan yang sama tanpa membedakan konsumen dengan skor (3,16)
2. Berdasarkan tingkat kinerja kualitas produk atribut dengan skor tertinggi adalah rasa makanan dengan skor (4,38) (sangat baik). Atribut yang memiliki skor terendah adalah varian menu minuman dengan skor (3,02) (cukup baik). Atribut dengan skor tertinggi untuk tingkat kinerja pelayanan adalah pemahaman karyawan terhadap kemauan konsumen dengan skor (4,41), sedangkan atribut dengan skor terendah adalah ketersediaan wifi dengan skor (2,77).
3. Tingkat kesesuaian konsumen terhadap kualitas produk tertinggi adalah penggunaan sosial media dengan skor rata-rata (122,49%) dan tingkat kesesuaian terendah adalah varian menu minuman dengan skor rata-rata (66,51%). Sedangkan untuk tingkat kesesuaian konsumen terhadap kualitas

pelayanan tertinggi adalah pemahaman karyawan terhadap kemauan/ keinginan konsumen dengan skor rata-rata (128,48%) dan tingkat kesesuaian terendah adalah ketersediaan wifi (61,03%).

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disarankan pihak *Gogo Fried Chicken* perlu melakukan perbaikan terhadap atribut tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dalam kualitas produk dan pelayanan yang berada di Kuadran A diagram cartesius agar tercapainya kepuasan konsumen. seluruh atribut yang berada di kuadran A, yaitu varian menu makanan, varian menu minuman, kebersihan fisik (meja, peralatan makan, toilet dan fasilitas lainnya), ketersediaan lahan parkir, ketersediaan wifi, dan pengetahuan karyawan terhadap menu ataupun produk yang ditawarkan

### DAFTAR PUSTAKA

- Ainy, A.M., dan Fajar, N.A. 2012. Importance performance analysis pelayanan jaminan sosial kesehatan di puskesmas swakelola pembina. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*. 7(3):105-110.
- Amreny, F.F. 2012. Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Mutu Layanan Antar (Delivery Service) Di Restoran KFC Cabang Ahmad Yani Makassar (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empty, dan Tangibles). Skripsi (Tidak Dipublikasikan). Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin, Makassar
- Anggraini, L.D., P. Deoranto, dan D.M. Iksari. 2015. Analisis persepsi konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index. *Jurnal Industri*. 4(2):74-81.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Damanik, P.A., R. Astuti dan R.L.R. Silalahi. 2014. Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas minuman kopi dengan metode importance performance analysis (IPA) dan customer satisfaction index (CSI) di coffee story malang. - (-) : 1-9.
- Dian, L. 2014. Analisis persepsi konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index. *Jurnal Industri*. 4(2):74-81.
- Dianto, I. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak and Shake. Skripsi. Tidak dipublikasikan. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Giese, J.L. and J.A. Cote. 2000. *Defining customer satisfaction*. Academy of Science Review.
- Hasugian, H. 2009. Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Depot Bakso Cak Mad Surabaya. Skripsi. Tidak dipublikasikan. Departemen. Agribisnis Fakultas Ekonomi Dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor.
- Kasali, R. 2010. *Modul kewirausahaan*. Yayasan Rumah Perubahan, Jakarta.
- Keller, L.K. dan P. Kotler. 2012. *Marketing management*. Erlangga, Jakarta.
- Kerlinger, F.N. dan H.B. Lee. 2000. *Foundation of Behavioral Research*. Holt, USA.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*. PT. Indeks, Jakarta.
- Lodhita, H. E. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) dan CSI (Customer Satisfaction Index) Studi Kasus pada Toko Oen, Malang. Skripsi. Jurusan Teknologi Industri Pertanian. Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Brawijaya.
- Lovelock, C.H. dan K.W. Lauren. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT. Indeks, Indonesia.
- Lupiyoadi, R dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Marsum, W.A. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya Edisi IV*. Andi Publisher, Yogyakarta.

- Martilla, J. A. dan J.C. James. 1977. Importance-performance analysis. *Journal of marketing*.41(1):77-79.
- Nazir, M. 2013. *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*. 1(1): 23-42.
- Risenasari, H. (2009). Penerapan Metode Quality Function Deployment (QFD) Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Restoran Pringjajar Kabupaten Pemalang Jawa Tengah. Tugas Sarjana, Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.
- Saidani, B dan S. Arifin. 2012. Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. 3(1):1-22.
- Santoso, I., A.R.Mulyarto, dan S. Maharani. 2011. Persepsi konsumen terhadap kualitas bakpao telo dengan metode Importance Performance Analysis. *Jurnal Teknologi Pertanian*.12(1):23-30.
- Santoso, S. 2001. *SPSS Versi 10*. PT. Elex Media Computindo, Jakarta.
- Scheuning. 2004. *The Customer Service Planner*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Sembiring, E. R. 2006. Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial: study empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Rineka Cipta, Jakarta.
- Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).
- Setiawan, Satrio A. 2010. Pengaruh Umur, Pendidikan, Pendapatan, Pengalaman Kerja dan Jenis Kelamin Terhadap Lama Mencari Kerja Bagi Tenaga Kerja Terdidik di Kota Magelang. Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Skripsi Dipublikasikan.
- Simamora, B. 2001. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Singarimbun, M. dan S. Effendi. 1989. *Metodologi Penelitian Survei*. LP3ES, Jakarta.
- Sugiyono. 2001. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Supranto, J. 2006. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. Rineka Cipta, Jakarta.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Susanti, Devi. 2021. Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut-Atribut Mobil Ford Fiesta. Jakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Tesis Di publikasikan.
- Teken, I. 1965. *Teknik Sampling*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi Publisher, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. 2007. *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua Cetakan Pertama*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2011. *Service, Quality, and Satisfaction*. Andi Publisher, Yogyakarta.
- Winami, T. 2013. Persepsi Guru Terhadap Keterampilan Manajerial Kepala Sekolah di Sekolah Menengah Atas (SMA) Swasta di Kecamatan Sintang. Disertasi S3. Universitas Terbuka.