

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Fipper Ngagel Surabaya Metode CSI dan IPA

Bella Wati Novita Sari⁽¹⁾, Iriani⁽²⁾

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur,
Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya,
Jawa Timur 60294, Indonesia

Email: ¹bella.novita28@gmail.com, ²Irianiupn@gmail.com

Tersedia Online di

<http://www.jurnal.unublitar.ac.id/index.php/briliant>

Sejarah Artikel

Diterima pada 13 Juni 2023
Disetujui pada 10 Agustus 2023
Dipublikasikan pada 30 Agustus 2023
Hal. 771-781

Kata Kunci:

Kepuasan Konsumen; Kualitas Pelayanan; Fipper

DOI:

<http://dx.doi.org/10.28926/briliant.v8i3.1442>

Abstrak: Fipper adalah salah satu brand terkenal sandal di Indonesia. Namun seiring banyaknya cabang yang ada seringkali tidak memperhatikan kualitas pelayanan yang diduga berdampak pada kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen. Jenis penelitian Kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan purposive sampling. Kuesioner disebar sebanyak 100 kuisioner dan 97 responden sebagai sampel. SPSS 17 digunakan dalam pengujian validitas. Skala likert digunakan mengukur jawaban responden. Hasilnya Kategorisasi CSI atau Customer Satisfaction Index ada rentang presentase kepuasan yaitu 100% - 81% sangat puas, 80,99% - 66% puas, 65,99% - 51% cukup puas, 50,99% - 35% kurang puas, 35,99% - 0% tidak puas. Pada penelitian ini data menghasilkan CSI 65,598% pada pelayanan Fipper Ngagel Surabaya yang artinya cukup puas tetapi perusahaan

dapat memaksimalkan lagi agar menjadi sangat puas dengan mengecek elemen perusahaan yang berhubungan dengan pelayanan. Dalam analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk dijadikan patokan perbaikan system perusahaan maka dapat memprioritaskan hal ini yaitu Atribut yang ada pada kuadran C. Atribut yang ada pada kuadran C adalah Menyediakan tempat duduk yang memadai, Penampilan staff Fipper Ngagel yang rapi dan berseragam, Fipper Ngagel mempunyai ketersediaan stock yang lengkap, penataan display yang tertata rapi dan mudah dijangkau.

PENDAHULUAN

Beragamnya aktivitas manusia setiap harinya membuat selektif dalam pemilihan alas kaki. Sandal adalah item wajib dimanapun berada dengan pakai sandal tidak khawatir sepatu kesayangan atau bahkan kaki mudah kena ranjau dijalan. Seiring banyaknya merek sandal di Indonesia ada satu brand yang dapat eksis hingga kini (Fimela, 2022) karena “Kenyamanan” yang ditawarkan anti slip dan empuk serta model update dari remaja hingga manula bisa pakai sandal ini. Merek sandal yang dimaksud adalah fipper.

Fipper merupakan sebuah toko franchise yang menjual berbagai jenis dan tipe sandal yang terbuat dari rubber. Thailand adalah merek sandal Fipper ini dengan berbagai model kekinian yang disukai kalangan muda berdiri sejak 2008

(Fimela, 2021). Di Surabaya sendiri sudah terdapat banyak sekali cabang-cabang yang berdiri baik di mall maupun di ruko (Jam, 2023). . Salah satunya adalah Fipper Ngagel Surabaya. Berdiri sejak tahun 2018 toko Fipper tersebut memiliki letak yang strategis membuat kemungkinan pasar yang akan berkembang kedepannya.

Namun belakangan ini, terjadi penurunan pengunjung dengan semakin banyaknya gerai/toko fipper lainnya di wilayah Surabaya Timur tersebut. Didapatkan dari ulasan para pelanggan yang ada di google banyak sekali saran dan kritik yang diberikan oleh para pelanggan. Sekitar 798 ulasan selama 3 tahun berdiri terdapat kata kunci pelayanan dengan saran dan kritik yang kurang memuaskan. Adanya persaingan yang terjadi antara para penjual produk atau ritel, menimbulkan sebuah kompetisi strategi yang tepat untuk meraih pangsa pasar terbesar (Nugraha dkk, 2021). Definisi pelanggan adalah setiap orang yang menuntut pemberian jasa (perusahaan) untuk memenuhi suatu standar kualitas pelayanan tertentu, sehingga dapat memberi pengaruh pada performasi (performance) pemberi jasa (perusahaan) tersebut (Mabrur dkk, 2022).

Berdasarkan ulasan yang ditemui di google (Fipper Surabaya, 2023) masih banyak sekali ulasan mengenai kurang memuaskannya pelayanan di Fipper Ngagel Surabaya. Karyawan yang kurang ramah terhadap customer memberikan kesan awal yang penting dalam sebuah pelayanan. Banyak juga ulasan mengenai jam buka toko yang tidak sesuai dengan yang diinformasikan di google. Ketersediaan stock yang kurang lengkap pun memberikan dampak yang cukup besar dalam penjualan store. Sistem pembayaran di Fipper Ngagel Surabaya hanya melayani pembayaran cash saja. Rating digunakan sebagai acuan pengalaman pembeli lainnya yang memberikan efek tidak langsung pada efek penjualan (Sianipar & Yoestini, 2021). Melihat ulasan produk atau jasa pada suatu perusahaan atau toko online merupakan hal yang banyak dilakukan sebelum bertransaksi (Rahmandika & Rohman, 2022). CSI digunakan untuk mengukur menyeluruh tingkat harapan serta kualitas produk. Analisis IPA digunakan melanjutkan pada tingkat kepuasan konsumen. IPA termasuk detail karena dapat menentukan atribut mana yang perlu difokuskan pada pembenahan suatu system perusahaan (Syahputra et al., 2020).

Kepuasan pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Gultom dkk, 2020) *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut penunjang (Purwanto & Sugiarto, 2022) Kalau CSI atau Customer Satisfaction Index adalah index yang dipakai dalam menentukan seberapa besar kepuasan pelanggan dengan mempertimbangkan atribut di dalam pengukuran tersebut (Hertanto, 2020). Dengan adanya halaman kuesioner kepuasan pelanggan dan pengimplementasian metode CSI, dapat mengetahui index kepuasan pelanggan (Widodo dan Sutopo, 2018). Perusahaan wajib memperhatikan kinerja layanan dan harapan pengguna dengan menerapkan metode CSI.

Kepuasan pelanggan adalah respon yang dirasakan pada harapan sebelumnya dengan apa yang diperoleh sekarang jika puas maka akan melakukan minat besar untuk membeli lagi menurut Tse and Wilton dalam Ibaratnya muara kepuasan adalah faktor terluar dan dalam segala bentuk dari pemasaran yang dilakukan Jay Kandampully & Dwi Sueanto dalam (Maming, 2019). Kepuasan pelanggan diorientasikan pada kualitas layanan yang diberi suatu hal mutlak yang wajib di

fokuskan dalam ujung tombak perusahaan tentang bagaimana jasa atau produk dapat terjual karena kualitas pelayanan berbanding lurus dengan kepuasan yang diperoleh pelanggan penelitian oleh Cronin and Taylor dalam (Kurniawan, 2018) . Penelitian (Ismail & Yusuf, 2021) yang menyatakan bahwasannya kualitas pelayanan memiliki hubungan positif pada kepuasan pelanggan. Tetap menjaga kualitasnya sebaiknya perusahaan melakukan perbaikan tersebut agar dapat mampu bersaing dengan para kompetitor perusahaan (Kartika dkk, 2021)

Seringkali mendapati pelanggan yang puas akan produk atau jasa kita tetapi beralih kelainnya itu yang dinamakan puas tapi tidak loyal maka 2 hal tersebut sangat berbeda Manzie R. I, wafer dalam (Laily, 2020). Maka kepuasan tidak dapat dijadikan patokan perusahaan terus menerus berkembang tetapi harus focus juga dengan kesetiaan pelanggan yang bisa berfokus pada loyalitas pada tahap yang lebih atas disbanding kepuasan yang berarti memiliki pengaruh positif kepuasan dan loyalitas misalnya dengan cara memberikan kartu stempel setiap pembelian seperti dalam Fornell, Cronin dan Taylor dalam (Kurniawan, 2018). Konsumen menunjukkan loyalitas merek ketika mereka berulang kali membeli dari suatu perusahaan karena mereka percaya bahwa itu akan selalu memberi mereka barang (Maqhfirah, 2023).

Pada penelitian terdahulu (Lubis, 2019) dengan analisis CSI dan IPA melakukan penelitian yang menunjukkan hasil kepuasan yang diperoleh 73,15% artinya segala hal yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang perlu dipertahankan adalah media iklan, fasilitas serta rasa dan yang ditingkatkan adalah dekorasi serta atribut band. Pada (Indrajaya, 2018) dengan analisis CSI dan IPA konsumen merasa puas yaitu pada rentang 66% hingga 80% yang berhubungan variable tersebut adalah pendidikan terakhir serta usia yang dapat mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan. Pada penelitian ini CSI sebesar 83,68% bahwa konsumen sangat puas pada optik Jakarta yang dilakukan oleh artinya positif kepuasan pelanggan didasarkan juga dengan kualitas pelayanan (Chandra & Novia, 2019). Peningkatan kepuasan konsumen adalah aspek fundamental dalam keberlangsungan sebuah bisnis. Banyak industri yang muncul berdampak pada persaingan antar bisnis, sehingga tiap usaha berusaha untuk menjadi konsumen (Setiawan dkk, 2022). Jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka pelanggan tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa (Indri dkk, 2022)

Berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Didapati rumusan permasalahan “Bagaimana kualitas pelayanan fipper ngagel terhadap kepuasan konsumen dan atribut apa saja yang perlu diperbaiki dalam upaya meningkatkan kualitas?”. Dengan tujuan yaitu Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Fipper Ngagel Surabaya dan memberikan strategi usulan yang menjadi prioritas bagi Gerai Fipper Ngagel Surabaya terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan agar kedepannya Fipper Ngagel Surabaya dapat mempertimbangkan strategi tepat yang akan diambil kedepannya.

METODE

Penelitian ini dimulai pada Desember 2021 sampai data yang diperlukan terpenuhi. Variabel terikat yaitu kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan di Fipper Ngagel Surabaya. variabel bebas yaitu atribut-atribut dari dimensi kualitas pelayanan di Fipper Ngagel Surabaya. Penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode purposive sampling. Kuisisioner disebarakan sebanyak 100 kuisisioner dan 97 responden sebagai sampel. SPSS 17 digunakan dalam pengujian validitas. Skala likert digunakan mengukur jawaban responden deengan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan/kinerja. (Skala Likert) (Hartanto, 2017).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

R tabel bernilai 0,195 dimana r hitung masing masing atribut dimensi bernilai 0,628 hingga 0,869 maka dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel. Atribut dimensi *Tangibles* adalah sebagai berikut A1 Fipper ngagel memberikan fasilitas ruang tunggu bersih dan rapi. A2 Fipper ngagel memiliki lokasi yang strategis dan tempat parkir yang memadai. A3 Menyediakan berbagai jenis pembayaran rhitung 0,848. A4 Menyediakan tempat duduk yang memadai. A5 Penampilan staff Fipper Ngagel yang rapi dan berseragam. A6 Fipper Ngagel mempunyai ketersediaan stock yang lengkap.

A7 Penataan display yang tertata rapi dan mudah dijangkau. Atribut dimensi *Reliability* adalah sebagai berikut B1 Memberikan pelayanan keakuratan pengembalian uang pada konsumen. B2 Staff fipper Ngagel memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual. B3 Memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. B4 Staff Fipper Ngagel memiliki pengetahuan tentang promo atau diskon yang sedang berlangsung. Atribut dimensi *Responsiveness* adalah sebagai berikut C1 Kemampuan para staff dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan. C2 Memberikan pelayanan dalam memenuhi permintaan khusus dari konsumen. C3 Staff Fipper Ngagel memiliki kemampuan komunikasi yang baik.

Atribut dimensi *Emphaty* adalah sebagai berikut D1 Mengutamakan kepentingan konsumen dalam bekerja. D2 Pelayanan terhadap keluhan konsumen yang berbelanja. D3 Memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan. D4 Selalu diakhiri dengan mengucapkan terima kasih kepada konsumen. Atribut dimensi *Assurance* adalah sebagai berikut E1 Memberikan jaminan keaslian dan keamanan produk. E2 Selalu mengutamakan keamanan dan kenyamanan dalam setiap proses transaksi. E3 Mampu menyelesaikan masalah komplain konsumen. E4 Staff memiliki kejujuran dalam bekerja.

B. Uji Reliabilitas

Ukuran reliable atribut adalah makin besarnya nilai jadi angka 1 paling baik sedangkan 0 paling jelek nilainya. Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapatkan α hitung untuk variabel penilaian persepsi sebesar 0,98 sedangkan α hitung untuk variabel penilaian harapan sebesar 0,948. Terlihat bahwa variabel persepsi dan harapan memiliki koefisien α hitung lebih besar dari 0,6 maka atribut-atribut dalam kuesioner persepsi dan harapan dapat dikatakan reliabel.

C. Pengolahan Data

Contoh perhitungan nilai MSS pada atribut “Fipper ngagel memberikan fasilitas ruang tunggu bersih dan rapi” adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{MSS} &= \frac{\sum_{i=0}^n X_i}{n} \\ &= \frac{5+5+4+3+4+5+\dots+5}{100} = \frac{450}{100} = 4,5 \end{aligned}$$

Contoh perhitungan nilai MIS pada atribut “Fipper ngagel memberikan fasilitas ruang tunggu bersih dan rapi” adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{MIS} &= \frac{\sum_{i=0}^n Y_i}{n} \\ &= \frac{3+4+4+3+3+5+\dots+3}{100} = \frac{334}{100} = 3,34 \end{aligned}$$

Contoh perhitungan nilai WF dan WS pada atribut “Fipper ngagel memberikan fasilitas ruang tunggu bersih dan rapi” adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{WF}_i &= \frac{\text{MIS}_i}{\sum_{i=1}^P \text{MIS}_i} \times 100 \% \\ &= \frac{4,5}{4,5+4,55+4,44+4,42+\dots+4,56} \times 100\% = \frac{4,5}{98,43} \times 100\% = 4,57 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{WS}_i &= \text{WF}_i \times \text{MSS}_i \\ &= 4,57 \times 3,34 = 15,27 \end{aligned}$$

Costumer Satisfaction Index (CSI) menggunakan rumus $\text{CSI} = \frac{\sum_{i=1}^P \text{WS}_i}{5} \times 100\%$ maka didapatkan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{CSI} &= \frac{\sum_{i=1}^P \text{WS}_i}{5} \times 100\% \\ &= \frac{15,27+15,95+15,07+13,7+\dots+15,98}{5} \times 100\% = \frac{329,79}{5} \times 100\% = 65,958 \end{aligned}$$

Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index (CSI) 81%-100% Sangat Puas. 66%-80,99% Puas. 51%-65,99% Cukup Puas. 35%-50,99% Kurang Puas. 0%-34,99% Tidak Puas. Rekapitulasi perhitungan CSI dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Rekapitulasi Perhitungan CSI

No	Atribut	MIS	MSS	WF	WS
1	Fipper ngagel memberikan fasilitas ruang tunggu bersih dan rapi.	4.5	3.34	4.57	15.27
2	Fipper ngagel memiliki lokasi yang strategis dan tempat parkir yang memadai.	4.55	3.45	4.62	15.95
3	Penampilan staff Fipper Ngagel yang rapi dan berseragam.	4.44	3.34	4.51	15.07
4	Menyediakan tempat duduk yang memadai.	4.42	3.05	4.49	13.7
5	Menyediakan berbagai jenis pembayaran .	4.47	2.92	4.54	13.26
6	Fipper Ngagel mempunyai ketersediaan stock yang lengkap.	4.45	2.93	4.52	13.25
7	Penataan display yang tertata rapi dan mudah dijangkau.	4.4	3.23	4.47	14.44
8	Memberikan pelayanan keakuratan pengembalian uang pada konsumen	4.38	3.25	4.45	14.46
9	Staff fipper Ngagel memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual	4.47	3.29	4.54	14.94
10	Memberikan pelayanan secara tepat dan cepat	4.52	3.38	4.59	15.52
11	Staff Fipper Ngagel memiliki pengetahuan tentang promo atau diskon yang sedang berlangsung	4.41	3.22	4.48	14.43

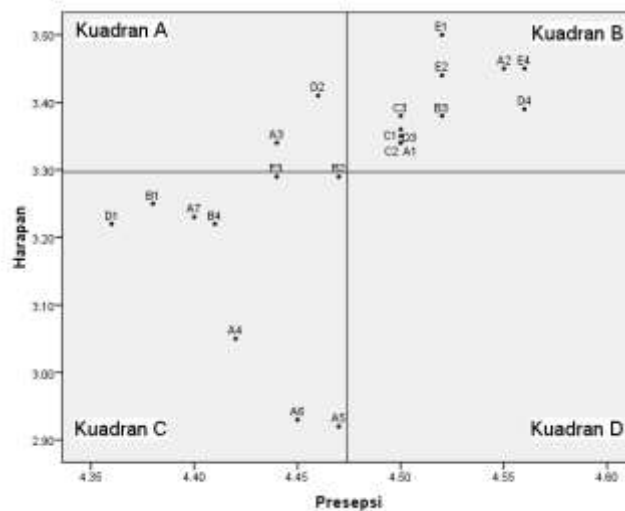
No	Atribut	MIS	MSS	WF	WS
12	Kemampuan para staff dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan	4.5	3.35	4.57	15.32
13	Memberikan pelayanan dalam memenuhi permintaan khusus dari konsumen	4.5	3.34	4.57	15.27
14	Staff Fipper Ngagel memiliki kemampuan komunikasi yang baik	4.5	3.38	4.57	15.45
15	Pelayanan terhadap keluhan konsumen yang berbelanja	4.36	3.22	4.43	14.26
16	Mengutamakan kepentingan konsumen dalam bekerja	4.46	3.41	4.53	15.45
17	Memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan	4.5	3.36	4.57	15.36
18	Selalu diakhiri dengan mengucapkan terima kasih kepada konsumen	4.56	3.39	4.63	15.7
19	Memberikan jaminan keaslian dan keamanan produk	4.52	3.5	4.59	16.07
20	Selalu mengutamakan keamanan dan kenyamanan dalam setiap proses transaksi.	4.52	3.44	4.59	15.8
21	Mampu menyelesaikan masalah komplain konsumen	4.44	3.29	4.51	14.84
22	Staff memiliki kejujuran dalam bekerja.	4.56	3.45	4.63	15.98
Total		98.43	72.53	99.97	329.79
CSI		65.958			

D. Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) untuk mengidentifikasi tingkat kepentingan setiap atribut pelayanan serta prioritas perbaikan (Umam & Hariastuti, 2022) Setelah melakukan perhitungan customer satisfaction indeks, maka perhitungan IPA ada 2 yaitu kepuasan serta keinginan. Pertama dilakukan perhitungan harapan pelanggan dan persepsinya. Lalu perhitungan dilanjutkan dengan seluruh atribut pelayanan di Fipper Ngagel Surabaya.

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{x}_i}{n} = \frac{72,53}{100} = 0,7253$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{y}_i}{n} = \frac{98,43}{100} = 0,9843$$



Gambar 1. Diagram Hasil Importance – Performance Analysis terhadap Pelayanan

Berdasarkan gambar 1 rekapitulasi indeks Importance Performance Analysis (IPA) yang menjadi urutan prioritas perbaikan kinerja perusahaan adalah sebagai berikut. Atribut-atribut yang masuk kuadran A adalah Fipper Ngagel Surabaya menyediakan berbagai jenis pembayaran. (A3), Fipper Ngagel Surabaya bertanggung jawab terhadap pelayanan terhadap keluhan konsumen yang berbelanja (D2). Atribut yang masuk kuadran ini dianggap oleh pelanggan memiliki tingkat kepentingan yang relatif tinggi tetapi kepuasan yang diterima pelanggan relatif rendah. Oleh karena itu pengelola harus segera melakukan perbaikan kinerjanya sehingga dapat memperbaiki kualitas pelayanannya, agar pelanggan puas akan pelayanan dari Fipper Ngagel Surabaya.

Atribut yang ada pada kuadran B adalah Fipper ngagel memberikan fasilitas ruang tunggu bersih dan rapi (A1), Fipper ngagel memiliki lokasi yang strategis dan tempat parkir yang memadai (A2), Memberikan pelayanan secara tepat dan cepat (B3), Kemampuan para staff dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan (C1), Memberikan pelayanan dalam memenuhi permintaan khusus dari konsumen (C2), Staff Fipper Ngagel memiliki kemampuan komunikasi yang baik (C3), Memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan (D3), Selalu diakhiri dengan mengucapkan terima kasih kepada konsumen (D4), Memberikan jaminan keaslian dan keamanan produk (E1), Selalu mengutamakan keamanan dan kenyamanan dalam setiap proses transaksi (E2), Staff memiliki kejujuran dalam bekerja (E4). Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini harus tetap dipertahankan karena merupakan suatu keunggulan perusahaan dan pelanggan merasakan kepuasan dari kinerja perusahaan.

Atribut yang ada pada kuadran C adalah Menyediakan tempat duduk yang memadai (A4), Penampilan staff Fipper Ngagel yang rapi dan berseragam (A5), Fipper Ngagel mempunyai ketersediaan stock yang lengkap (A6), Penataan display yang tertata rapi dan mudah dijangkau (A7), Memberikan pelayanan keakuratan pengembalian uang pada konsumen (B1), Staff fipper Ngagel memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual (B2), Staff Fipper Ngagel memiliki pengetahuan tentang promo atau diskon yang sedang berlangsung (B4), Mengutamakan kepentingan konsumen dalam bekerja (D1), Mampu menyelesaikan masalah komplain konsumen (E3). Pada kuadran ini atribut-atribut yang ada dapat diabaikan dari perhatian manajemen dikarenakan dari tingkat kepentingan maupun tingkat kepuasan pelanggan bernilai. Atribut yang ada pada kuadran D tidak ada karena kuadran D ini dianggap pelanggan mempunyai tingkat kepentingan rendah namun tingkat kepuasan pelanggan tinggi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil perhitungan data menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) diketahui tingkat kepuasan pelanggan dan atribut mana yang akan menjadi prioritas untuk ditingkatkan agar kualitas pelayanan Fipper Ngagel Surabaya dapat memenuhi kepuasan pelanggan dan sesuai dengan harapan pelanggan.

Customer Satisfaction Index (CSI) mempunyai beberapa kategori yaitu 0%-34,99% (tidak puas), 35%-50,99% (kurang puas), 51%-65,99% (cukup puas), 66%-

80,99% (puas) dan 81%-100% (sangat puas). Hasil perhitungan data pada tabel 4.8 diperoleh indeks kepuasan untuk kualitas pelayanan Fipper Ngagel Surabaya sebesar 65,598%. Berdasarkan indeks CSI yang berada pada rentang 51%-65,99% mengindikasikan bahwa pelanggan Fipper Ngagel Surabaya cukup puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini dapat diartikan bahwa sebagian pelanggan telah merasa cukup puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan tetapi perusahaan harus lebih meningkatkan beberapa atribut yang masih bernilai kurang demi terciptanya keseimbangan antara kinerja perusahaan dengan kepentingan pelanggan. Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Fipper Ngagel Surabaya sedangkan Importance Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengetahui atribut mana yang menjadi prioritas perbaikan bagi perusahaan. Dalam penelitian ini diketahui bahwa banyak atribut yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan itu sendiri dan harapan pelanggan juga penting guna masukan bagi perusahaan. Kinerja perusahaan yang sesuai dengan harapan pelanggan maka disitulah tercipta kepuasan pelanggan.

Berdasarkan rekapitulasi indeks Importance Performance Analysis (IPA) yang menjadi urutan prioritas perbaikan kinerja perusahaan adalah sebagai berikut: Atribut-atribut yang masuk kuadran A adalah Fipper Ngagel Surabaya menyediakan berbagai jenis pembayaran. (A3), Fipper Ngagel Surabaya bertanggung jawab terhadap pelayanan terhadap keluhan konsumen yang berbelanja (D2). Atribut yang masuk kuadran ini dianggap oleh pelanggan memiliki tingkat kepentingan yang relatif tinggi tetapi kepuasan yang diterima pelanggan relatif rendah. Oleh karena itu pengelola harus segera melakukan perbaikan kinerjanya sehingga dapat memperbaiki kualitas pelayanannya, agar pelanggan puas akan pelayanan dari Fipper Ngagel Surabaya.

Atribut yang ada pada kuadran B adalah Fipper ngagel memberikan fasilitas ruang tunggu bersih dan rapi (A1), Fipper ngagel memiliki lokasi yang strategis dan tempat parkir yang memadai (A2), Memberikan pelayanan secara tepat dan cepat (B3), Kemampuan para staff dalam membantu konsumen mendapatkan produk yang dibutuhkan (C1), Memberikan pelayanan dalam memenuhi permintaan khusus dari konsumen (C2), Staff Fipper Ngagel memiliki kemampuan komunikasi yang baik (C3), Memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan (D3), Selalu diakhiri dengan mengucapkan terima kasih kepada konsumen (D4), Memberikan jaminan keaslian dan keamanan produk (E1), Selalu mengutamakan keamanan dan kenyamanan dalam setiap proses transaksi (E2), Staff memiliki kejujuran dalam bekerja (E4). Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini harus tetap dipertahankan karena merupakan suatu keunggulan perusahaan dan pelanggan merasakan kepuasan dari kinerja perusahaan.

Atribut yang ada pada kuadran C adalah Menyediakan tempat duduk yang memadai (A4), Penampilan staff Fipper Ngagel yang rapi dan berseragam (A5), Fipper Ngagel mempunyai ketersediaan stock yang lengkap (A6), Penataan display yang tertata rapi dan mudah dijangkau (A7), Memberikan pelayanan keakuratan pengembalian uang pada konsumen (B1), Staff fipper Ngagel memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual (B2), Staff Fipper Ngagel memiliki pengetahuan tentang promo atau diskon yang sedang berlangsung (B4), Mengutamakan kepentingan konsumen dalam bekerja (D1), Mampu

menyelesaikan masalah komplain konsumen (E3). Pada kuadran ini atribut- atribut yang ada dapat diabaikan dari perhatian manajemen dikarenakan dari tingkat kepentingan maupun tingkat kepuasan pelanggan bernilai. Atribut yang ada pada kuadran D tidak ada karena kuadran D ini dianggap pelanggan mempunyai tingkat kepentingan rendah namun tingkat kepuasan pelanggan tinggi.

KESIMPULAN

Tingkat kepuasan pelanggan menghasilkan CSI 65,598% pada pelayanan Fipper Ngagel Surabaya yang artinya cukup puas dengan kualitas pelayanan tetapi perusahaan dapat memaksimalkan lagi agar menjadi sangat puas dengan mengecek elemen perusahaan yang berhubungan dengan pelayanan. Dalam analisis Importance Performance Analysis (IPA) untuk dijadikan patokan perbaikan system perusahaan maka dapat memprioritaskan hal ini yaitu Atribut yang ada pada kuadran C adalah Menyediakan tempat duduk yang memadai (A4), Penampilan staff Fipper Ngagel yang rapi dan berseragam (A5), Fipper Ngagel mempunyai ketersediaan stock yang lengkap (A6), Penataan display yang tertata rapi dan mudah dijangkau (A7), Memberikan pelayanan keakuratan pengembalian uang pada konsumen (B1), Staff fipper Ngagel memiliki pengetahuan tentang produk yang dijual (B2), Staff Fipper Ngagel memiliki pengetahuan tentang promo atau diskon yang sedang berlangsung (B4), Mengutamakan kepentingan konsumen dalam bekerja (D1), Mampu menyelesaikan masalah komplain konsumen (E3). Pada kuadran ini atribut-atribut yang ada dapat diabaikan dari perhatian manajemen dikarenakan dari tingkat kepentingan maupun tingkat kepuasan pelanggan bernilai.

SARAN

Untuk manajemen Fipper Ngagel Surabaya diharapkan dapat memperbaiki kualitas pelayanan terutama memperbaiki sistem pembayaran dan dengan menyediakan kotak kritik saran didekat kasir atau pintu keluar atau whatsapp khusus menyampaikan keluhan jika kepuasan tersebut terpenuhi maka pelanggan akan kembali lagi di masa depan untuk bertransaksi. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel minat pembelian berulang atau minat beli ulang.

DAFTAR RUJUKAN

- Amri, dkk. (2020). *Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen*. Haevah et al. *Jurnal Sistem Cerdas* (2020) Vol 03 - No 02
- Fimela. (2021). *Tak Hanya Soal Harga, 3 Hal Ini Perlu Kamu Perhatikan Saat Memilih Sandal Jepit*. <https://www.fimela.com/fashion/read/4516932/tak-hanya-soal-harga-3-hal-ini-perlu-kamu-perhatikan-saat-memilih-sandal-jepit>
- Fimela. (2022). *Pilihan Sandal Stylish Jadikan Kaki Happy Melangkah dengan Nyaman*. <https://www.fimela.com/fashion/read/5019334/pilihan-sandal-stylish-jadikan-kaki-happy-melangkah-dengan-nyaman>.
- Fipper.(2023).*Ulasan Pelanggan Offline Store Fipper Surabaya Ngagel* . <https://www.google.com/search?q=fipper+surabaya+store+ngagel>
- Chandra, T., & Novia, D. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan

- Importance Performance Analysis (IPA) pada Optik “Jakarta” Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 125–139.
- Gultom dkk. (2020). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan*. MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen. Volume 3, Nomor 2
- Hartanto, E. (2017). *Metodologi Penelitian: Perbedaan skala likert lima skala dengan modifikasi skala likert empat skala*. Academia.
- Indrajaya, D. (2018). *Analisis kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen menggunakan metode importance performance analysis dan customer satisfaction index pada UKM gallery*. *IKRAITH-Teknologi*, 2(3), 1–6.
- Indri dkk. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado*. *Productivity*, Vol. 3 No. 1, 2022 e-ISSN. 2723-0112
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 413–423.
- KartikaH., Hertian RanovaM., & Setia BaktiC. (2022). *Survei Kepuasan Pelanggan Untuk Peningkatan Kualitas Jasa Perawatan Mesin Atm Dengan Metode Csi Dan Ipa*. *Industri Inovatif : Jurnal Teknik Industri*, 12(2), 117-126. <https://doi.org/10.36040/industri.v12i2.4096>
- Kurniawan, I. (2018). *Optimalisasi Sistem Informasi Yang Menghimpun Kegiatan Penelitian Dan Pengabdian Pada Masyarakat*. Puskan Lan Jakarta.
- Laily, R. N. (2020). *Brand Image dan Personal Branding Make Up Artist Kab. Kudus*. IAIN KUDUS.
- Lubis, S. N. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga Jual Kopi pada UD Sian Huta di Kecamatan Ulu Pungkut Kabupaten Mandailing Natal*. Universitas Medan Area.
- Jam.(2023). memilih sandal. <https://www.fimela.com/fashion/read/4516932/tak-hanya-soal-harga-3-hal-ini-perlu-kamu-perhatikan-saat-memilih-sandal-jepit>
- Mabrur dkk (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Ompo Kabupaten Soppeng*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika (Jbmi) – Vol 19 No. 2*
- Maming, J. (2019). *Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi layanan, Strategi Harga Dampaknya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas pelanggan Jasa Telekomunikasi di Makassa*. Universitas Hasanuddin.
- Maqhfirah, dkk. (2023). *Implementasi Metode Customer Satisfaction Index terhadap Kepuasan Pelanggan Pelayanan TelemarketingCall Center PT XYZ*. *Jurnal Serambi Engineering Vol 8 No 2*.
- Nugraha, N. B., Sellyana, A., & Karpen, K. (2021). *Implementasi Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Untuk Menganalisa Kepuasan Pelanggan Pada Family Swalayan*. *Jurnal Mahajana Informasi*, 6(2), 91–96. <https://doi.org/10.51544/jurnalmi.v6i2.2400>
- Purwanto, I & Sugiarto, D. (2022). *Importance Performance Analysis dalam Pengukuran Kepuasan Pasien pada Puskesmas melalui KepPA*. *Jurnal Explore* <http://jurnal.ubl.ac.id/index.php/explore/article/view/2541>
- Rahmandika, M. D., & Rohman, F. (2022). *Pengalaman Pelanggan, Ulasan*

- Pelanggan Secara Daring, Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, 1(1), 1–12.*
- Setiawan, dkk (2022). *Pengukuran Kepuasan Konsumen Menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus UMKM Ahul Saleh). Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT) Vol. 1, No. 4.*
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini, Y. (2021). *Analisis Pengaruh Customer Review Dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). Diponegoro Journal of Management, 10(6).*
- Syahputra, H., Ramadhanu, A., & Bayuputra, R. (2020). *Penerapan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Untuk Mengukur Kualitas Sistem Informasi Ulangan Harian. Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi, 1(4), 334–340.*
- Umam, R.K & Hariastuti, N.P. (2022). *Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) . ITATS. <http://ejurnal.itats.ac.id/sntekpan/article/view/366>*
- Widodo, S.M & Sutopo, Y. (2018). *Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer. Jurnal Informatika Upgris Vol. 4, No. 1*