

# Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode QFD Dan IPA Guna Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan

Oleh:

Ill Nur Khamilatul Fitria,

Wiwik Sulistiyowati

Teknik Industri

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei, 2024

# Pendahuluan

FOS (*Fitness Of Sidoarjo*) merupakan suatu tempat atau usaha yang bergerak dalam bidang olahraga yang ada di Sidoarjo. Dimana FOS (*Fitness Of Sidoarjo*) tidak hanya angkat beban saja tapi juga melatih kebugaran tubuh. Adapun beberapa masalah yang dihadapi oleh FOS salah satunya terkait pelayanan yang diberikan. Dari 3 bulan dilakukan penelitian diperoleh data di bulan September terdapat 29,2% dari 154 member atau pelanggan yang datang komplain terkait fasilitas atau pelayanan yang diberikan, sedangkan pada bulan Oktober sebesar 35,2% dari 145 pelanggan dan terakhir pada bulan November sebesar 32,2% dari 149 member yang datang. Tingginya presentase komplain ketidakpuasan terkait pelayanan yang diberikan perlu dilakukannya upaya untuk meningkatkan pelayanan agar kepuasan dan loyalitas member tetap terjaga.

# Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan member FOS (*Fitness Of Sidoarjo*) untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan member tercapai?

# Metode

## **A. Quality Function Deployment (QFD)**

Metode ini digunakan untuk merancang suatu produk atau jasa sesuai harapan pelanggan sehingga dibuat matriks *House of Quality* (HOQ). *House of Quality* (HOQ) adalah bagian dari proses QFD, Ini adalah langkah pertama dalam menerapkan metodologi penerapan fungsi kualitas. Penggunaan QFD memiliki beberapa manfaat, antara lain kemampuan untuk memprioritaskan spesifikasi produk berdasarkan kebutuhan konsumen dengan tetap mempertimbangkan persaingan. Teknik QFD juga dapat digunakan untuk mencari aspek kompetitif suatu produk yang memerlukan perbaikan

## **B. Importance Performance Analysis (IPA).**

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan metode ini digunakan untuk mengukur hubungan persepsi pengguna dengan prioritas untuk meningkatkan kualitas yang didasarkan dari perspektif pengguna. Kelebihan metode *important performance analysis* (IPA) yaitu dapat menentukan dengan tepat dan cepat tindakan yang harus dilakukan untuk menangani ketidakpuasan pelanggan

# Hasil

## A. Uji Validitas dan reliabilitas

1. Uji validitas, Sebuah data dapat dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung}$  positif serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Analisa faktor digunakan untuk mengorelasikan jumlah faktor dengan nilai yang diukur dimana 5% (0,05) dan *degree of freedom* sebesar  $df=n-2$  ( $103-2=101$ ) sehingga nilai  $r_{tabel}$  yang didapatkan sebesar 0,1937.

Tabel Uji Validitas

Dimensi	Indikator	Rhitung
<i>Tangibles</i>	Kebersihan	1,000
	Kenyamanan	0,744
	Ketersediaan sarana	0,732
	Layanan internet	0,717
	Kelengkapan fasilitas	0,656
	ketersediaan Ruang Tunggu	0,677
<i>Reliability</i>	pelayanan pekerja	0,635
	kesigapan karyawan	0,705
<i>Responsiveness</i>	kesediaan karyawan	0,702
<i>Assurance</i>	Sikap karyawan	0,682
<i>Emphaty</i>	Kepedulian Karyawan	0,691

Berdasarkan tabel disamping dapat disimpulkan bahwa semua item memiliki nilai *corrected item-total correlation* diatas 0,1937. Dapat dikatakan semua item pernyataan pada tiap variabel penelitian valid.

# Hasil

2. Uji Reliabilitas, dilakukan dengan uji *Cronbatch's Alpha* yang nantinya akan dibandingkan dengan nilai koefisien realibilitas minimum yang dapat diterima. Jika nilai *Cronbatch's Alpha* > 60, maka variabel pada penelitian dikatakan reliabel.

Tabel Uji Reliabilitas

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,964	,965	11

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *cronbatch's alpha* yang diperoleh variabel adalah  $0,964 > 0,60$ . Terkait demikian, semua variabel penelitian dikatakan reliabel atau konsisten serta dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

# Hasil

## B. *Quality Function Deployment* (QFD)

Dalam penyusunan QFD tentu didahului pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner pertanyaan terbuka dengan responden sebanyak 103. Setelah mengolah data responden didapat nilai kepentingan dan kepuasan konsumen, nilai kesesuaian untuk setiap aspek kebutuhan konsumen, serta prioritas pelayanan yang dirangkum dalam *House of Quality*.

Tabel Rata-rata kepentingan dan kepuasan

Dimensi	Indikator	Kepuasan	Kepentingan	Kesesuaian	Prioritas
<i>Tangibles</i>	Kebersihan	3,92	4,04	97%	3
	Kenyamanan	4,26	4,32	99%	10
	Ketersediaan sarana	4,08	4,18	98%	6
	Layanan internet	3,9	4,08	96%	1
	Kelengkapan fasilitas	4,02	4,12	98%	7
<i>Reliability</i>	ketersediaan Ruang Tunggu	4	4,14	97%	2
	pelayanan pekerja	4,34	4,4	99%	11
	kesigapan karyawan	4,32	4,44	97%	4
<i>Responsiveness</i>	kesediaan karyawan	4,16	4,28	97%	5
<i>Assurance</i>	Sikap karyawan	4,28	4,38	98%	8
<i>Emphaty</i>	Kepedulian Karyawan	4,25	4,33	98%	9
<i>MEAN</i>		4,14	4,25	0,97	

# Hasil

C. *House Of Quality*, dibuat berdasarkan penggabungan pengolahan data dari penentuan derajat kepentingan sampai dengan interaksi parameter teknik. Untuk membuat matriks *House Of Quality* diperlukan beberapa langkah yaitu:

1. *Importance To Customer (ITC)*, tingkat kepentingan atribut merupakan alat untuk mengukur tingkat kepentingan masing-masing kriteri dari yang sangat penting hingga tidak penting.

Tabel Tingkat Kepentingan Atribut

Atribut	Total Skor	Tingkat Kepentingan
Kebersihan	391	3,80
Kenyamanan	427	4,15
Ketersediaan sarana	416	4,04
Layanan internet	398	3,86
Kelengkapan fasilitas	410	3,98
ketersediaan Ruang Tunggu	398	3,86
pelayanan pekerja	434	4,21
kesigapan karyawan	432	4,19
kesediaan karyawan	419	4,07
Sikap karyawan	430	4,17
Kepedulian Karyawan	423	4,11
Rata-Rata		4,04

Berdasarkan tabel disamping dapat diketahui jika rata-rata tingkat kepentingan 11 atribut yang diperoleh yaitu 4,04 yang berarti setiap atribut penting untuk dikembangkan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

# Hasil

2. *Customer Satisfaction Performance (CSP)*, merupakan suatu gambaran kinerja dalam memberikan pelayanan dan menilai konsumen untuk menentukan strategi pengembangan produk.

Tabel Tingkat Kepuasan Pelanggan

Atribut	Total Skor	Tingkat Kepuasan
Kebersihan	399	3,87
Kenyamanan	433	4,20
Ketersediaan sarana	424	4,12
Layanan internet	416	4,04
Kelengkapan fasilitas	418	4,06
ketersediaan Ruang Tunggu	408	3,96
pelayanan pekerja	439	4,26
kesigapan karyawan	440	4,27
kesediaan karyawan	428	4,16
Sikap karyawan	436	4,23
Kepedulian Karyawan	428	4,16
Rata-rata		4,12

Berdasarkan tabel disamping dapat diketahui jika rata-rata tingkat kepuasan 11 atribut yang diperoleh yaitu 4,12 yang berarti setiap atribut memuaskan dan dapat dikembangkan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

# Hasil

3. *Goal*, merupakan target nilai kepuasan yang ingin dicapai produk/jasa yang akan dikembangkan.
4. *Improvement Rasio (IR)*, merupakan data yang mengukur seberapa besar perbaikan yang harus dilakukan *Gym Fitness Of Sidoarjo* untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Semakin tinggi *improvement* maka semakin tinggi juga perbaikan yang harus dilakukan.

Tabel *Improvement Rasio*

Atribut	Goal	IR
Kebersihan	4	1,03
Kenyamanan	4	0,95
Ketersediaan sarana	4	0,97
Layanan internet	3	0,74
Kelengkapan fasilitas	4	0,99
ketersediaan Ruang Tunggu	3	0,76
pelayanan pekerja	4	0,94
kesigapan karyawan	4	0,94
kesediaan karyawan	4	0,96
Sikap karyawan	3	0,71
Kepedulian Karyawan	3	0,72
Rata-rata		0,88

Berdasarkan hasil perhitungan *improvement rasio* diperoleh rata-rata sebesar 0,88 yang berarti tidak perlu dilakukan perubahan yang menyeluruh kepada pelayanan yang diberikan.

# Hasil

5. *Sales Point*, merupakan atribut yang dianggap memiliki nilai jual yang tinggi. Nilai *sales point* terdiri dari:

< 1 = Tidak Ada Perubahan.

1,2 = *Sales Point* Sedang.

1,5 = *Sales Point* Kuat.

Tabel Sales Point

Atribut	<i>Sales Point</i>
Kebersihan	1
Kenyamanan	1,2
Ketersediaan sarana	1,5
Layanan internet	0,80
Kelengkapan fasilitas	1,5
ketersediaan Ruang Tunggu	1
pelayanan pekerja	1,2
kesigapan karyawan	1
kesediaan karyawan	1
Sikap karyawan	1
Kepedulian Karyawan	1

# Hasil

6. *Raw Weight*, digunakan untuk mengetahui prioritas dalam menentukan serta mengembangkan atribut pada suatu produk/ jasa.

Tabel Raw Weight

Atribut	<i>Raw Weight</i>
Kebersihan	3,92
Kenyamanan	4,73
Ketersediaan sarana	5,89
Layanan internet	2,30
Kelengkapan fasilitas	5,89
ketersediaan Ruang Tunggu	2,93
pelayanan pekerja	4,75
kesigapan karyawan	3,93
kesediaan karyawan	3,92
Sikap karyawan	2,96
Kepedulian Karyawan	2,96
Total	44,16

# Hasil

7. *Normalized Raw Weight*, digunakan untuk menghitung serta menormalisasi bobot pada masing-masing atribut.

Tabel *Normalized Raw Weight*

Atribut	<i>Normalized Raw Weight</i>
Kebersihan	8,88
Kenyamanan	10,72
Ketersediaan sarana	13,33
Layanan internet	5,20
Kelengkapan fasilitas	13,33
ketersediaan Ruang Tunggu	6,63
pelayanan pekerja	10,75
kesigapan karyawan	8,89
kesediaan karyawan	8,87
Sikap karyawan	6,70
Kepedulian Karyawan	6,71

Dalam bagan *Quality Function Deployment* atribut-atribut pelayanan digambarkan secara vertikal di sebelah kiri dan parameter teknik di gambar secara horizontal dibagian atas, yang ditunjukkan pada gambar berikut.

# Hasil

## D. Importance Performance Analysis (IPA).

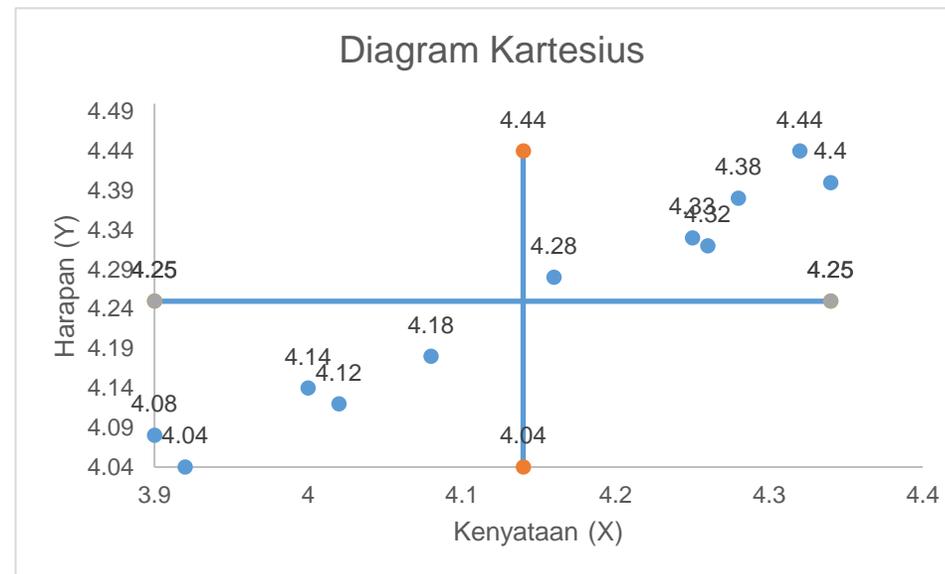
Memasuki pada tahap metode IPA dengan didapatkan hasil analisis berikut:

Tabel Hasil Analisis Kesesuaian

Dimensi	Indikator	Kenyataan	Harapan	Kesesuaian	GAP	Prioritas
<i>Tangibles</i>	Kebersihan	3,92	4,04	97%	0,12	3
	Kenyamanan	4,26	4,32	99%	0,06	10
	Ketersediaan sarana	4,08	4,18	98%	0,10	6
	Layanan internet	3,9	4,08	96%	0,18	1
	Kelengkapan fasilitas	4,02	4,12	98%	0,10	7
	ketersediaan Ruang Tunggu	4	4,14	97%	0,14	2
<i>Reliability</i>	pelayanan pekerja	4,34	4,4	99%	0,06	11
	kesigapan karyawan	4,32	4,44	97%	0,12	4
<i>Responsiveness</i>	kesediaan karyawan	4,16	4,28	97%	0,12	5
<i>Assurance</i>	Sikap karyawan	4,28	4,38	98%	0,10	8
<i>Emphaty</i>	Kepedulian Karyawan	4,25	4,33	98%	0,08	9
	<i>MEAN</i>	4,14	4,25	0,97	0,11	

# Hasil

Dari hasil perhitungan gap yang ada, nilai gap tertinggi dari 11 variabel dan lebih dominan adalah variabel *Tangible*. Setelah mengetahui posisi Servqual dari Tabel 3, maka langkah berikutnya dalam penelitian ini adalah pengintegrasian Metode Servqual dan IPA. Titik perpotongan didapatkan dari nilai rata rata tingkat harapan dan kenyataan yang ada pada Tabel 3, sehingga dapat diketahui kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan serta produknya.



Gambar Diagram Cartecius Indikator Kepuasan Member FOS

# Hasil

Urutan tingkat kesenjangan (gap) pada tiap kuadran dapat diketahui melalui Gambar 2, diantaranya sebagai berikut:

1. Kuadran I, prioritas utama (tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kepuasan rendah). Variabel pada kuadran I adalah *tangible* (kepedulian karyawan). Variabel ini merupakan variabel yang sangat penting bagi pelanggan, namun kondisi saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai dalam meningkatkan penerapan beberapa variabel tersebut.
2. Kuadran II, pertahankan prestasi (tingkat kepentingan tinggi dan tingkat kepuasan tinggi). Variabel yang ada pada kuadran II antara lain: *tangible* (kenyamanan), *assurance* (Sikap karyawan), *emphaty* (kepedulian karyawan), *reliability* (kesigapan karyawan, pelayanan pekerja), *responsiveness* (kesediaan karyawan). Variabel ini merupakan variabel penunjang bagi member, sehingga pihak manajemen gym FOS berkewajiban memastikan bahwa penerapan yang dilakukan oleh FOS dapat terus dipertahankan.
3. Kuadran III, prioritas rendah (tingkat kepentingan kurang dan tingkat kepuasan kurang). Variabel tersebut adalah: *tangible* (ketersediaan sarana, ketersediaan ruang tunggu, kelengkapan fasilitas, kebersihan, layanan internet). Variabel ini mempunyai tingkat kepuasan rendah dan dianggap tidak terlalu penting bagi pelanggan, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan, namun harus tetap diperhatikan.
4. Kuadran IV, berlebihan (tingkat kepentingan rendah dan tingkat kepuasan tinggi). Pada kuadran ini tidak terdapat variabel yang berarti semua variabel penting untuk menunjang kepuasan konsumen di gym FOS.

# Hasil

E. *Customers Satisfaction Indeks* (CSI), ialah analisis yang menggambarkan persentase kepuasan pelanggan dengan suatu survei.

Tabel *Customers Satisfaction Indeks*

atribut	Kenyataan	WF = kenyataan/ $\sum$ kenyataan	Harapan	WS = Kenyataan x WF
Kebersihan	3,92	0,0861	4,04	0,3375
Kenyamanan	4,26	0,0936	4,32	0,3986
Ketersediaan sarana	4,08	0,0896	4,18	0,3656
Layanan internet	3,9	0,0857	4,08	0,3341
Kelengkapan fasilitas	4,02	0,0883	4,12	0,3549
ketersediaan Ruang Tunggu	4	0,0879	4,14	0,3514
pelayanan pekerja	4,34	0,0953	4,4	0,4137
kesigapan karyawan	4,32	0,0949	4,44	0,4099
kesediaan karyawan	4,16	0,0914	4,28	0,3801
Sikap karyawan	4,28	0,0940	4,38	0,4023
Kepedulian Karyawan	4,25	0,0933	4,33	0,3967
Total	45,53	1,00	46,71	4,14

$$\text{Customer Satisfaction Index} = (4,14 : 5) \times 100\% = 83\%$$

Berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan *Microsoft Excel* diketahui nilai kepuasan responden diperoleh sebesar 83%. Sehingga dapat diartikan bahwa responden puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak *gym FOS Sidoarjo*, akan tetapi pelayanan tersebut belum mencapai tingkatan tertinggi dari *Customer Satisfaction Index* (CSI) (Sangat Puas).

# Temuan Penting Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam dimensi kehandalan/*reliability* terdapat indikator yang memiliki tingkat kesesuaian rendah dan harus segera dilakukan perbaikan. Perbaikan yang perlu dilakukan yaitu pelayanan secara maksimal kepada member dan kesiapan karyawan dalam menanggapi keluhan member.
2. Penelitian ini memberikan alternatif usulan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada gym FOS Sidoarjo diantaranya yaitu :
  - a. Menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan. Dengan menjaga kebersihan dan kenyamanan ruangan gym diharapkan member betah dan akan memperpanjang masa membership di gym FOS.
  - b. Sigap dalam menanggapi masalah yang timbul. Ketika masalah muncul, atasi dengan segera dan profesional. Semakin cepat dan efisien masalah ditangani, semakin percaya diri anggota dalam layanan pelanggan yang diberikan.
  - c. Standarisasi fasilitas dan sarana, meliputi kelengkapan peralatan serta kebersihan fasilitas pendukungnya seperti ruang kelas yang nyaman, kelengkapan alat-alat fitness, standarisasi audio dan kelengkapan peralatan pendukung kelas.
  - d. Pengembangan sales tools dan training, rencana pengembangan kemampuan pegawai maupun disetiap bagian yang berhubungan dengan tujuan penjualan.
  - e. Menjaga komunikasi dengan pelanggan. Komunikasi rutin menunjukkan kepada anggota bahwa Anda terlibat dan berinvestasi dalam perjalanan kebugaran mereka.

# Manfaat Penelitian

- 1) Mengetahui Tingkat kepuasan pelanggan selama gym di FOS dengan menggunakan QFD.
- 2) Mengetahui indikator yang menjadi prioritas perbaikan dengan menggunakan metode IPA.
- 3) Memberikan usulan perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan yang ada di FOS.

# Referensi

1. A. Sheva, “Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Pada Loyalitas Pelanggan”.
2. G. P. Hafidz and R. U. Muslimah, “PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PRODUK HERBALIFE,” *mea*, vol. 7, no. 1, pp. 253–274, Apr. 2023, doi: 10.31955/mea.v7i1.2912.
3. W. H. Robbi, “REDESAIN PRODUK PARALLETTE UNTUK MENINGKATKAN FLEKSIBILITAS DAN EFEKTIFITAS PENGGUNAAN PRODUK DENGAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT,” *justicb*, vol. 3, no. 2, p. 242, Jan. 2023, doi: 10.30587/justicb.v3i2.4686.
4. bobby sagita, “PERANCANGAN PENINGKATAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN USAHA HANS MENGGUNAKAN METODE QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD),” *e-Proceeding of Engineering*, vol. 8, no. 2, pp. 2262–2269.
5. R. Fedri and D. Anggraini, “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP HARGA DAN KUALITAS PRODUK MS GLOW DENGAN METODE IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) PADA MAHASISWA KAMPUS 1 UM SUMBAR,” 2023.
6. Wahyu Satria Perkasa, “Analysis Of Service Quality On Customer Satisfaction With Servqual And QFD Methods,” *prozima*, vol. 6, no. 2, pp. 97–106, Dec. 2022, doi: 10.21070/prozima.v6i2.1584.
7. R. D. Shofi and A. D. Indriyanti, “Evaluasi Kualitas Website Tokopedia Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA),” vol. 03, no. 03, 2022.

# Referensi

8. METODE IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS) DI PT. ARINA PARAMA JAYA GRESIK,” vol. 03, 2015.
9. Erwin Permana, S. Thalib, and H. Wulandjani, “IMPLEMENTASI MATRIKS IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) UNTUK MENGEMBANGKAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PANCASILA,” *Jurnal Riset Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 126–143, Oct. 2022, doi: 10.35814/jrb.v6i1.3962.
10. V. Dekanawati, N. Astriawati, Y. Setiyantara, J. Subekti, and A. F. Kirana, “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DIKLAT KEPABEANAN TERHADAP KEPUASAN PESERTA PELATIHAN,” *JSTM*, vol. 23, no. 2, p. 159, Mar. 2023, doi: 10.33556/jstm.v23i2.344.
11. A. Nurhuda and M. S. H. Napis, “ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PUBLIK DI BIDANG PENCATATAN NIKAH PADA KANTOR URUSAN AGAMA,” vol. 1, no. 1, 2023.
12. W. B. Kurniawan and B. Syahyudda, “TINGKAT KEPUASAN TAMU TERHADAP KUALITAS PELAYANAN ROOM ATTENDANT DI CK TANJUNGPINANG HOTEL & CONVENTION CENTRE”.
13. nia anggraini, “ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN PT HAWAII HOLIDAY HOTEL PEKANBARU,” *Jurna Inovasi Penelitian*, vol. 9, no. 1, pp. 1923–1930.
14. R. Untung, *Statistik Deskriptif*. Asosiasi Pendidikan Tinggi Informatika dan Komputer.
15. T. Wahjoedi, *Buku Referensi Aspek Peran Terhadap Kinerja Karyawan Berdasarkan Teoritik dan Empirik*. Jakad Media Publishing.
16. L. R. Noer, “ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN MAHASISWA MAGISTER MANAJEMEN TEKNOLOGI ITS SURABAYA DENGAN METODE SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA),” *JOURNAL OF RESEARCH AND TECHNOLOGY*, vol. 2, no. 1, pp. 35–43, Jun. 2016, doi: 10.55732/jrt.v2i1.802
17. Mutriara Anggraeni, A. Desrianty, Yuniar, “Rancanganmeja Dapur Multifungsi Menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)*,” *Jurnal Online Institut Teknologi Nasional*, vol. 1, no. 2, pp.159-169, Okt. 2015.

