

Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Studi Kasus pada Cafe XYZ

Desi^{1*}, Fina Aprilia², Simaludin Andiyansyah³, Anne Kurniawati⁴, Endang Silaningsih⁵
¹⁻⁵ Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Djuanda Bogor, Indonesia

Korespondensi Penulis: desicic00813@gmail.com

Abstract: The research has the aim of evaluating customer satisfaction with the aim of identifying service areas that must be improved and maintained. The Importance Performance Analysis (IPA) method is applied to compare the level of importance (expectations) with the performance of services provided by Cafe XYZ to customers. The results of this study were analysed and visualised in a Cartesian diagram, where there are 9 customer service attributes that are considered important, spread across two quadrants: 5 attributes are in quadrant A and 4 attributes are in quadrant. Evaluation of customer satisfaction with Cafe XYZ services is measured by the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The results showed that most consumers were satisfied with the services provided. Nevertheless, the company needs to continue to improve its service performance to achieve an optimal level of customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA), Customer satisfaction

Abstrak: Penelitian memiliki tujuan mengevaluasi kepuasan pelanggan dengan tujuan mengidentifikasi area layanan yang harus ditingkatkan serta dipertahankan. Metode Importance Performance Analysis (IPA) diterapkan untuk melakukan perbandingan tingkat kepentingan (harapan) dengan kinerja layanan yang diberikan Cafe XYZ kepada pelanggan. Hasil penelitian ini dianalisis dan divisualisasikan dalam diagram kartesius, di mana terdapat 9 atribut layanan pelanggan yang dianggap penting, tersebar dalam dua kuadran: 5 atribut berada di kuadran A dan 4 atribut berada di kuadran. Evaluasi kepuasan pelanggan pada pelayanan Cafe XYZ diukur dengan metode Customer Satisfaction Index (CSI). Hasil penelitian memperlihatkan sebagian besar konsumen puas pada layanan yang diberikan. Meskipun demikian, perusahaan perlu terus menaikkan kinerja layanannya untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang optimal.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Importance Performance Analysis (IPA), Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

Perubahan pola hidup masyarakat terhadap kopi mencerminkan aspek ekonomi, sosial, serta budaya yang terus meluas. Kopi telah menjadi lebih dari sekadar minuman; ia menjadi simbol gaya hidup, identitas, dan ekspresi diri dalam masyarakat modern. Kedai kopi dan café tidak hanya menyediakan minuman, tetapi juga menawarkan pengalaman yang memperkaya kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Keberadaan tempat kopi diperlukan masyarakat dengan level mobilitas tinggi diluar rumah dengan gaya hidup dinamis (Sirait et al., 2024)

Strategi yang dibutuhkan supaya perusahaan dapat mempertahankan diri dari persaingan dunia industry bisnis. Kualitas adalah ukuran seberapa jauh suatu produk maupun layanan mencukupi maupun mencapai harapan serta kebutuhan pelanggan. Hal ini mencakup berbagai dimensi seperti kinerja, daya tahan, keandalan, estetika, fitur, kesesuaian pada spesifikasi, dan kemudahan layanan. Kualitas dapat dilihat dari perspektif produsen,

konsumen, dan nilai yang diterima. Oleh sebab itu kualitas layanan perusahaan perlu diperhatikan sebab pelayanan berkaitan dengan kepuasan konsumen (Syahputra et al., 2023).

Kepuasan konsumen adalah ukuran penting dari keberhasilan produk maupun layanan untuk memenuhi atau melampaui harapan konsumen. Faktor-faktor misalnya kualitas produk, harga, pelayanan pelanggan, dan pengalaman belanja keseluruhan mempengaruhi tingkat kepuasan ini. Tingkat kepuasan konsumen yang tinggi dapat menghasilkan loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, dan memberikan keuntungan finansial lebih tinggi. Maka, penting untuk perusahaan secara proaktif mengukur serta meningkatkan kepuasan konsumen melalui berbagai strategi dan pendekatan (Muthmainah et al., 2023).

Salah satu lokasi yang biasa mempunyai kekurangan atau problematika pada pelayanan yang diberi yaitu tempat kopi atau café. Meskipun banyak tempat kopi yang berusaha memberikan pelayanan terbaik, beberapa masalah umum yang sering muncul. Tempat kopi adalah lebih dari sekadar tempat untuk menikmati minuman kopi; ia merupakan ruang sosial yang penting dalam kehidupan masyarakat modern. Dengan menyediakan lingkungan yang nyaman dan beragam layanan, tempat kopi berperan sebagai tempat berkumpul, bekerja, dan bersantai bagi berbagai kalangan. Selain itu, inovasi dan dukungan terhadap komunitas lokal menjadikan tempat kopi sebagai bagian integral dari perkembangan budaya kopi dan ekonomi kreatif. Terdapat nya banyak tempat kopi di depok, maka mampu menjadikan persaingan untuk merebut hati konsumen serta pada masing-masing tempat kopi ada kekurangan pada pelayanannya (Permata et al., 2023).

Di masa kini masyarakat generasi Z lebih cenderung menghabiskan waktu dengan mengunjungi kedai kopi. Terutama saat ini banyak berdiri tempat kopi yang membuat persaingan bisnis tempat kopi semakin kompetitif. Maka dari itu mayoritas perusahaan yang berusaha membudayakan pelayanan untuk mendapat loyalitas pelanggan dalam wujud kepuasan terhadap pelayanan yang diberi. Pada artikel ini dilakukan penelitian pada tempat kopi yaitu "Cafe XYZ".

Cafe XYZ merujuk pada kopi dari wilayah Bajawa di Flores, Nusa Tenggara Timur (NTT), yang dijual atau disajikan di daerah Depok. Kopi ini terkenal karena kualitasnya yang tinggi dan cita rasanya yang khas. Bajawa berada di dataran tinggi, sehingga kondisi geografis dan iklimnya sangat cocok untuk budidaya kopi arabika berkualitas. Kopi dari Bajawa sering memiliki rasa yang kompleks dengan catatan floral, buah-buahan, dan keasaman yang seimbang. Akan tetapi tempat kopi "Cafe XYZ" memiliki permasalahan dalam pelayanan perusahaan pada konsumen. Dikarenakan dari hasil survey pengunjung yang pernah merasakan problematika sarana tempat kopi, harus berupaya memperbaiki pelayanan

supaya bisnis dapat berlangsung efektif (Damayanti & Palupi, 2023).

Berdasarkan penjabaran diatas pada tempat kopi Cafe XYZ metode yang sesuai untuk melakukan analisis kualitas pelayanan adalah metode *importance performance analysis* (IPA) untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan. Setelah tingkat kepuasan pelanggan diketahui maka dilaksanakan rancangan serta pengembangan menerapkan IPA. IPA adalah cara untuk melaksanakan desain serta pengembangan produk layanan melalui identifikasi kebutuhan konsumen sesuai potensi perusahaan serta upaya mencukupi kebutuhan konsumen. Metode ini memberi bantuan pada perancangan produk baru yang dapat menjadikan tim pengembang produk bisa mengidentifikasi kebutuhan konsumen lalu mengevaluasi potensi produk dengan melakukan pertimbangan potensi perusahaan. Implementasi metode ini pada peningkatan layanan Cafe XYZ dapat memberi keterangan tentang kebutuhan pelanggan, produsen serta produk. Tujuannya yaitu membantu perusahaan mengendalikan layanan pada tempat Cafe XYZ untuk melakukan pengembangan keperluan konsumen dengan metode IPA. Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti menyusun judul yaitu “Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode IPA pada studi kasus Cafe XYZ.

Kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana layanan yang diberi organisasi maupun perseorangan memenuhi serta melampaui harapan pelanggan (Sandra & Prawoto, 2024). Kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek yang berhubungan dengan cara layanan tersebut disampaikan, termasuk kecepatan, keramahan, keakuratan, dan kemampuan untuk memecahkan masalah pelanggan. Kualitas layanan tinggi juga menghasilkan pengalaman belanja bersifat positif bagi pelanggan, serta memberikan kesempatan ekonomi untuk komunitas lokal. Menurut Fadilah & Supendi (2024) Kualitas pelayanan bergantung pada potensi dalam mencukupi kebutuhan serta keinginan pelanggan; melayani pelanggan dengan baik adalah kunci utamanya. Kualitas layanan sangat signifikan bagi perusahaan karena berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Indikator atau dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan menurut Parasuraman (1991) meliputi: keberwujudan, keandalan, empati, daya tangga, serta jaminan pelayanan.

Metode *importance performance analysis* (IPA) yaitu metode yang biasa diterapkan dalam melakukan pengukuran tingkat kepuasan konsumen sebab memiliki beragam kelebihan dibanding produk lain. Keunggulan tersebut mencakup potensi untuk mengidentifikasi atribut produk maupun jasa yang harus di maksimalkan atau diminimalisir untuk memelihara kepuasan konsumen. Hasil yang relatif mudah dijabarkan, skala yang dapat dipahami dengan mudah, serta minimnya biaya. (Jannah & Suyatno, 2024). *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah teknik yang pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan

James pada tahun 1977 melalui artikel berjudul "*Importance-Performance Analysis*" yang diterbitkan di *Journal of Marketing*. Dalam pendekatan ini, partisipan diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja berbagai aspek yang diukur oleh pengelola. Selanjutnya, rata-rata dari nilai tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis menggunakan *Matriks Importance-Performance*.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan jenis penelitian kuantitatif dengan metode importance performance analysis (IPA). Data dikumpulkan dengan mencari informasi maupun fakta yang dibutuhkan dalam menjawab pertanyaan dalam penelitian serta hipotesisnya. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara serta kuisisioner. Pengumpulan data mempunyai tujuan untuk menghasilkan informasi akurat serta memiliki kaitan yang berguna untuk mendukung analisa serta hasil penelitian. Pada penelitian data dikumpulkan sesuai dimensi kualitas pelayanan yang diberi Cafe XYZ meliputi empati, jaminan, daya tanggap, keandalan, serta bukti fisik. Setiap pernyataan dalam dimensi ini diinput ke dalam kuesioner mengenai harapan dan kinerja kualitas pelayanan Cafe XYZ . Populasi penelitian yaitu konsumen pada Cafe XYZ. Penyebaran kuesioner ini di sebarakan pada 50 konsumen dan akan di golongan berdasarkan jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan, design restaurant yang disukai, dan frekuensi berkunjung dalam satu minggu.

Tahapan Teknik analisis data dengan *importance-performance analysis* (IPA) mencakup (1) Persiapan data yaitu melakukan pengumpulan data dari responden mencakup penilaian pada beragam atribut maupun faktor yang hendak dievaluasi. Pada tahap ini, kualitas produk serta layanan layanan diukur. Selanjutnya, penilaian responden dikonversi menjadi format skala Likert, yang biasanya diterapkan dalam penelitian *importance-performance analysis* (IPA). (2) *Perhitungan Importance* serta *Performance* dengan melakukan perhitungan rerata (*mean*) masing-masing atribut maupun faktor yang dievaluasi dalam bentuk importance serta performance. (3) Interpretasi Hasil dalam bentuk scatterplot. Hasil dibagi atas empat kuadran, yaitu Kuadran I, II, III, dan IV. (4) Tindakan Lanjutan sesuai hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA), analisis prioritas pada atribut yang diperbaiki maupun dikembangkan. Upaya pada atribut berfokus di Kuadran I (tinggi importance, rendah performance) dalam meningkatkan efektivitas maupun kepuasan.

Pengolahan data, data dari kusioner diolah menggunakan metode IPA berikut adalah tahap perhitungan data menggunakan metode IPA, Model IPA digunakan untuk mengidentifikasi layanan yang perlu mendapatkan fokus perbaikan guna meningkatkan

tingkat kepuasan pengguna. IPA diterapkan dalam mengukur kepuasan pengguna terhadap kualitas layanan yang disediakan, membantu manajemen dalam menentukan prioritas perbaikan dan pengembangan layanan. Perhitungan rata-rata performance dan importance dilakukan dengan menghitung rerata item indikator menggunakan rumus:

$$Xi = \frac{\sum Xi}{n}$$

dan

$$Yi = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

- Xi = Nilai rerata nilai persepsi/realitas
- Yi = Nilai rerata nilai harapan/ekspektasi
- $\sum Xi$ = Total skor harapan tiap indikator
- $\sum Yi$ = Total skor persepsi tiap indikator
- N = Jumlah responde

Analisis Kuadran atau Diagram Kartesius adalah grafik yang atas menjadi 4 kuadran, dibatasi dua garis bersilangan secara tegak lurus di titik (X, Y). Pada sumbu X, terdapat representasi rerata tingkat kinerja semua item, sementara pada sumbu Y, terdapat representasi rerata tingkat kepentingan dari semua item. Titik yang dihasilkan dalam diagram ini dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$Xi = \frac{\sum Xi}{k}$$

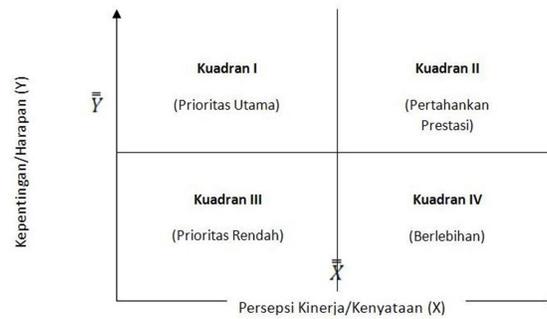
dan

$$Yi = \frac{\sum Yi}{k}$$

Keterangan :

- Xi = Nilai rerata nilai persepsi/realitas
- Yi = Nilai rerata nilai harapan/ekspektasi
- $\sum Xi$ = Total skor harapan tiap indikator
- $\sum Yi$ = Total skor persepsi harapan tiap indikator
- k = Banyak indikator pernyataan

Keempat kuadran tersebut digambarkan dengan ilustrasi sebagai berikut:



Gambar 1

Gambar 1. Kuadran mportance Performance Analysis (IPA)

Kuadran I (*Concentrate These*) dalam analisis *Importance-Performance Matrix* (IPA) menunjukkan atribut atau variabel dengan tingkat kepentingan tinggi tetapi kinerjanya rendah. Ini mengindikasikan bahwa pengguna menganggap atribut-atribut ini sangat penting, tetapi implementasinya atau kinerjanya belum memenuhi harapan atau ekspektasi mereka. Oleh karena itu, diperlukan upaya perbaikan segera untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Kuadran II (*Keep Up the Good Work*) dalam analisis *Importance-Performance Matrix* (IPA) menggambarkan atribut atau faktor yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan kinerjanya juga tinggi. Hal ini memperlihatkan pengguna menganggap atribut ini sangat penting serta sudah memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Fokus utama dalam Kuadran II adalah menjaga serta meningkatkan kualitas dari atribut, dengan tujuan menjaga tingkat kepuasan yang tinggi yang telah dicapai.

Kuadran III (*Low Priority*) dalam analisis *Importance-Performance Matrix* (IPA) menunjukkan atribut atau faktor dengan tingkat kepentingan rendah dan kinerja rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna menganggap atribut-atribut ini tidak begitu penting dan performanya belum memenuhi harapan mereka.

Kuadran IV (*Possible overkill*) dalam analisis *Importance-Performance Matrix* (IPA) mencakup atribut atau faktor dengan tingkat kepentingan rendah namun kinerjanya tinggi. Hal ini memperlihatkan pengguna menganggap atribut ini tidak begitu esensial, tetapi performanya sudah baik atau bahkan melebihi harapan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut tabel pemaparan responden yang didasari oleh karakteristik Konsumen tempat Cafe XYZ:

Jenis kelamin yaitu faktor yang bisa memunculkan perbedaan perspektif antara laki-laki dan perempuan. Pengelompokan konsumen penelitian ini yaitu guna melihat seberapa besar tingkat proporsi pengelompokan jenis kelamin laki-laki serta perempuan yang bisa dicermati di tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Karakteristik	Ciri-ciri Konsumen	Jumlah Konsumen (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	24	48
		Perempuan	26	52
	Jumlah		50	100

Berdasarkan tabel 2 terlihat jumlah responden yaitu 50 orang mencakup 24 orang atau sebesar 48% dengan kelamin laki-laki dan 26 orang atau sebesar 52% dengan jenis kelamin perempuan. Dalam hal ini konsumen perempuan lebih mendominasi dalam membeli, hal tersebut diduga konsumen perempuan lebih suka berkunjung ke tempat Café & Resto atau sejenisnya dibanding dengan konsumen laki-laki.

Karakteristik Berdasarkan Usia, Pada bagian ini yaitu pengelompokan responden sesuai usia, dapat dilihat pada tabel:

Tabel 3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah Orang	Persentase %
1	17-25	46	92
2	26-35	4	8
3	36-45	0	0
4	46-55	0	0
5	Jumlah	50	100

Berdasarkan tabel 3 dapat dinilai bahwa mayoritas pelanggan dalam penelitian ini berusia 17 tahun – 25 tahun sebesar 46% atau sebanyak 46 orang. Hal ini menunjukkan bahwa untuk pelanggan pada usia 17 tahun – 25 tahun merupakan usia produktif dari sisi pemilihan tempat *Cafe* yang dikunjungi. Sehingga dapat memberikan keputusan terhadap pelayanan yang diberikan *Café XYZ*.

Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir, Pendidikan menjadi faktor yang menunjukkan tingkat kemampuan dan kepastian seseorang dalam melaksanakan pekerjaan ataupun menjalankan suatu usaha. Karakteristik pelanggan menurut pendidikan terakhir terlihat sebagai berikut:

Tabel 4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	SD	0	0
2	SMP	0	0
3	SMA	40	80
4	DIPLOMA	1	2
5	S1/S2/S3	9	18
6	Jumlah	50	100

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa pelanggan dengan tingkat pendidikan SMA/SMK lebih mendominasi karena untuk menjadi pelanggan tempat Cafe XYZ tidak mempertimbangkan tingkat pendidikan.

Pengelompokan konsumen berdasarkan jenis pekerjaan ditujukan guna untuk melihat seberapa besar tingkat proporsi pelanggan dengan jenis pekerjaan yang berbeda-beda. Adapun jenis pekerjaan pada penelitian ini diantaranya pelajar/mahasiswa, PNS/TNI/POLRI, pegawai swasta, wiraswasta, serta lainnya. Berikut dapat dilihat tabel mengenai jenis pekerjaan.

Tabel 5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Profesi

No	Profesi	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	Pelajar/Mahasiswa	33	66
2	Pegawai Swasta	9	18
3	PNS/TNI/PORLI	4	8
4	Wiraswasta	1	2
5	Lainnya	3	6
6	Jumlah	50	100

Berdasarkan Tabel 5 terlihat pelanggan Cafe XYZ didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa yaitu 33% atau sejumlah 33 orang. Kondisi ini dikarenakan kepopuleran tren Café sudah menjadi gaya hidup bagi Pelajar/Mahasiswa sebagai anak muda untuk hanya sekedar berkumpul bersama teman atau untuk kebutuhan sosial medianya.

Karakteristik konsumen berdasarkan penghasilan, Hasil Responden berdasarkan pendapatan, Bagian ini adalah pengelompokan konsumen sesuai pendapatan, bisa dicermati di tabel berikut:

Tabel 6 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan/Bulan

No	Penghasilan/Bulan	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	< Rp 2 Juta	30	60
2	Rp. 2 - < Rp. 5 Juta	14	28
3	Rp. 5 – 10 Juta	5	10
4	>Rp. 10 Juta	1	2
5	Jumlah	50	100

Berdasarkan table 6 mayoritas konsumen Cafe XYZ memiliki pendapatan <Rp.2.0000.000 sebesar 60% atau 30 orang. Hal ini menunjukkan jika mayoritas konsumen yang berkunjung didominasi oleh para pelajar/mahasiswa yang belum memiliki penghasilan.

Karakteristik konsumen berdasarkan desain tempat Cafe XYZ kopi , Desain Café yang Disukai Pengelompokan konsumen berdasarkan desain café yang disukai adalah untuk mengetahui desain café yang disukai oleh konsumen, bisa dicermati di tabel berikut:

Tabel 7 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Desain Café Yang Disukai

No	Desain Café yang Disukai	Jumlah (Orang)	Persentase %
1	Desain Outdoor	18	36
2	Semi Outdoor	13	26
3	Desain Indoor	13	26
4	Semi Indoor	6	12
5	Jumlah	50	100

Berdasarkan tabel 7 mayoritas konsumen di Cafe XYZ lebih menyukai Desain Outdoor dengan persentase 36% atau 18 orang.

Rekapitulasi Karakteristik Pelanggan, Berdasarkan penjabaran dari karakteristik konsumen Cafe XYZ pada 50 orang yang menjadi sample dalam penelitian ini, maka berikut rekapitulasi dari konsumen Cafe XYZ:

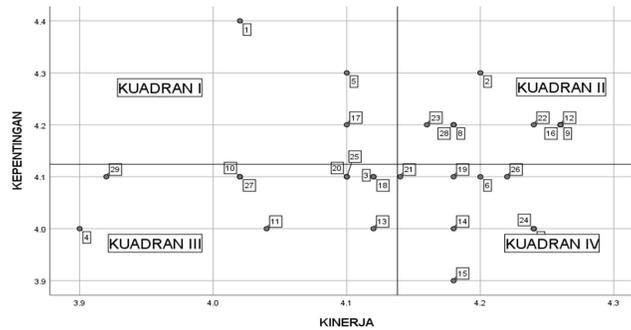
Tabel 8 Rekapitulasi Karakteristik Pelanggan

No	Karakteristik	Ciri-ciri Pelanggan	Pelanggan	Persentase %
1	Jenis Kelamin	Perempuan	26	52
2	Usia	17-25	46	92
3	Pendidikan Terakhir	SMA	40	80
4	Profesi	Pelajar/Mahasiswa	33	66
5	Penghasilan Perbulan	< Rp 2 Juta	30	60
6	Desain Café yang Disukai	Desain Outdoor	18	36
7	Frekuensi Berkunjung	2 Kali	26	52

Berdasarkan tabel 8 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengunjung Cafe XYZ adalah mempunyai kelamin perempuan, usia 17 hingga 25 tahun, tingkat pendidikan Pelajar/Mahasiswa, pendapatan <RP.2000.000, desain café yang disukai adalah desain outdoor, dan frekuensi berkunjung 2 kali.

Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA)

Diagram ini dipakai guna melihat kaitan tingkat kepentingan serta tingkat kinerja yang dikelompokkan atas empat bagian dengan batas bdua garis berpotongan tegak turus (X serta Y) dengan X sebagai mean tingkat kinerja serta Y sebagai mean tingkat kepentingan.



Gambar 2 Hasil Importance Performance Analysis (IPA)

Berdasarkan gambar 1.2, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran 1 (Prioritas Utama): Faktor yang dipercaya sangat penting bagi pelanggan terletak pada atribut kuadran ini. Namun, untuk menaikkan kinerja beragam faktor tersebut pihak manajemen perlu mengalokasikan dananya untuk memuaskan pelanggan. Faktor dalam kuadran ini menjadi prioritas yang perlu dilakukan peningkatan berdasarkan hasil perhitungan, maka dari itu dapat diketahui yang digolongkan pada kuadran I adalah (P1) bagian pertama pada Cafe XYZ yang sudah mencerminkan keunikan café, (P5) Desain cafe dari luar terlihat menarik. (P17) Alokasi ruangan sesuai untuk menampung pelanggan yang datang. (P25) Dekorasi dinding yang ada terlihat indah. Atribut tersebut tentu sebagai prioritas penting pada peningkatan kinerja sebab memounyai tingkat kepentingan yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Cafe XYZ harus meningkatkan atribut-atribut kinerja yang berada di kuadran ini, karena harapan dari konsumen belum tercapai serta maksimal sehingga keputusan pembelian yang diinginkan tercapai.
2. Kudran 2 (Pertahankan Presentasi): Faktor penunjang pada kepuasan pelanggan terletak dalam atribut kuadran ini yang menjadikan pihak manajemen perlu memastikan kinerja lembaga yang dikelola tetap mempertahankan prestasi yang sudah diraih pada cafe ini. Berdasarkan hasil perhitungan, maka dapat diketahui bahwa yang termasuk ke dalam kuadran (II) adalah (P2) Papan nama usaha berdesain menarik. (P8) Cat dinding dalam cafe bersih (P9) Warna cat dinding cafe menarik. (P12) Area di dalam Café bersih (P16) Produk yang di tawarkan bervariasi, (P22) pengelompokan barang sudah ditata sesuai jenis. (P23) banner promosi memberi informasi yang cukup. (28) Tanda petunjuk terlihat jelas. Hal ini menunjukkan bahwa Cafe XYZ telak melaksanakan atribut dengan baik sehingga keputusan pembelian tercapai dan terus dapat mempertahankannya.

3. Kuadran 3 (Prioritas Rendah): Pada Kuadran ini memperlihatkan faktor yang ada memiliki tingkat kepuasan rendah bagi pengunjung serta dianggap tidak begitu penting untuk pelanggan, sehingga pihak manajemen harus berfokus maupun mengalokasikan dana pada faktor yang dianggap tidak penting oleh pelanggan atau. Berdasarkan hasil perhitungan, maka yang digolongkan pada kuadran (III) yaitu (P3) Pintu masuk mempunyai ukuran yang sesuai untuk berlalu lalang. (P4) Bangunan nampak megah dilihat dari jauh. (P10) Pencahayaan dalam cafe cukup terang. (P11) Aroma dalam cafe segar. (P13) Suara maupun musik dalam cafe terdengar menenangkan tidak menimbulkan bising. (P18) Kursi yang pada ruang tunggu cukup menampung semua pelanggan yang datang. (P20) Akses setiap ruangan gampang. (P27) Buku pilihan produk mempunyai desain menarik. (P29) Display yang ada membangkitkan suasana. Atribut tersebut dilihat menjadi prioritas yang rendah oleh pihak manajemen dalam Peningkatan kinerja karena mempunyai tingkat kepentingan yang rendah. Hal ini memperlihatkan Cafe XYZ hendaknya meningkatkan kinerja atribut ini supaya keputusan pembelian tercapai
4. Kuadran 4 (Berlebihan): Kuadran ini dipercaya tak penting bagi konsumen yang menjadikan pihak manajemen dapat mengalokasikan dananya ke faktor lain yang dianggap lebih penting oleh konsumen dalam memenuhi kepuasan pelanggan dan memenuhi ekspektasi pelanggan sehingga faktor yang masih membutuhkan peningkatan menjadi prioritas utama. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui yang digolongkn pada kuadran (IV) adalah (P6) Lingkungan di sekitar Café nyaman. (P14) Temperatur udara dalam cafe tidak terlalu panas atau dingin (P15) Jarak perabotan memberikan ruang yang cukup (P19) Jalur setiap ruangan lebar serta cukup untuk berlalu-lalang. (P21) Dinding yang membatasi ruang cukup memberi privasi. (P24) Dekorasi dinding menarik. (26) Buku pilihan produk memberi informasi yang cukup. Hal ini memperlihatkan Cafe XYZ harus memperbaiki dan meningkatkan kinerja dari atribut ini tetapi tidak harus berlebihan pada tindakannya.

Berikut ini merupakan rekapitulasi dari masing-masing atribut berdasarkan hasil tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang di kelompokkan pada setiap kuadran:

Tabel 9 Rekapitulasi Analisis Hasil Kepentingan dan Kinerja

No	Kuadran 1	No	Kuadran 2
1	Papan nama usaha terlihat jelas	2	Papan nama usaha berdesain yang menarik.
5	Desain cafe dari luar terlihat menarik.	8	Cat dinding di dalam cafe terlihat bersih.

17	Alokasi ruangan sesuai untuk menampung pelanggan yang datang.	9	Warna cat dinding di dalam cafe terlihat menarik.
18	Kursi yang pada ruang tunggu cukup menampung semua pelanggan yang datang	12	Area di dalam restaurant bersih.
29	Display yang digunakan membangkitkan suasana	16	Produk yang ditawarkan bervariasi.
No	Kuadran 3	22	Pengelompokan barang sudah tertata sesuai jenis
3	Pintu masuk mempunyai ukuran yang sesuai untuk berlalu lalang	23	Banner promosi memberi informasi yang cukup
4	Bangunan tampak megah dari jauh.	28	Tanda petunjuk terlihat jelas
10	Pencahayaan dalam cafe cukup terang.	No	Kuadran 4
11	Aroma dalam cafe terasa segar.	6	Lingkungan sekeliling cafe nyaman.
13	Suara maupun musik dalam cafe terdengar menenangkan tidak menimbulkan bising	7	Tersedianya tempat parkir yang luas serta cukup menampung kendaraan pelanggan.
20	Akses ke setiap ruangan mudah	14	Suhu udara tidak terlalu panas maupun dingin.
25	Dekorasi dinding yang ada terlihat indah.	15	Jarak perabotan memberi cukup ruang.
27	Buku pilihan produk berdesain menarik	19	Jalur setiap ruangan lebar serta cukup untuk berlalu-lalang
29	Display yang digunakan membangkitkan suasana.	21	Dinding yang membatasi ruang cukup memberi privasi
		24	Dekorasi dinding menarik
		26	Buku pilihan produk telah memberi cukup informasi

Berdasarkan tabel 2.2 maka strategi yang dapat dilakukan oleh Cafe XYZ sebagai berikut:

1. Strategi untuk kuadran (I) yaitu Cafe XYZ harus terus membuat perbaikan agar dapat mempertahankan kinerja dari atribut dalam kuadran ini. Hal yang dapat dilakukan Cafe XYZ untuk memperbaiki atribut-atribut tersebut adalah elemen exterior Cafe XYZ harus terus memastikan agar papan nama usaha terpampang dengan jelas agar konsumen dapat dengan mudah mengenali Cafe XYZ, kemudian Cafe XYZ bisa mempertahankan desain café dari luar selalu terlihat menarik, karena itu bisa menjadi ciri khas konsumen ketika merkundung ke Cafe XYZ. Pada elemen store layout Cafe XYZ bisa mengalokasikan ruangan sesuai untuk menampung pelanggan yang datang, dan menambah kursi yang ada di setiap ruangan agar selalu bisa menampung seluruh konsumen yang datang. Selain itu, pada elemen interior display Cafe XYZ dapat mengganti tampilan sesuai dengan kondisi tertentu agar dapat menambah suasana baru dan konsumen tidak bosan.

2. Strategi Kuadran (II) yaitu Cafe XYZ dapat mempertahankan atribut dalam kuadran ini karena kinerjanya telah bagus. Cafe XYZ dapat mempertahankan kinerja pada elemen exterior yaitu dengan mempertahankan atau melakukan inovasi kembali desain dari papan nama usaha agar selalu terlihat menarik. Pada elemen general interior pihak café dapat menjaga agar cat dinding di dalam café terlihat bersih dan menarik, bisa dengan melakukan pengecatan ulang selama 6 bulan atau 1 tahun sekali agar dapat mempertahankan kebersihan dinding dan warna dinding agar terlihat menarik, kemudian pada elemen ini pihak café juga dapat mempertahankan kebersihan di setiap area yang ada dalam café, dan pihak café juga dapat melakukan inovasi terhadap produk yang ditawarkan agar lebih bervariasi. Pada elemen store layout pihak café dapat mengelompokkan barang agar tertata sesuai jenisnya agar enak dipandang dan menciptakan suasana yang nyaman. Pada elemen interior display pihak café dapat memasang banner promosi agar dapat memberikan informasi yang cukup, dan juga pihak café dapat memasang tanda-tanda petunjuk agar terlihat dengan jelas.
3. Strategi kuadran (III) yaitu pihak café dapat memperhatikan atribut yang ada pada setiap elemen karena kinerja yang dihasilkan dari atribut-atribut ini masih rendah dan mungkin suatu saat nanti bisa jadi atribut-atribut ini sebagai fokus utama. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini yaitu elemen eksterior pintu masuk memiliki ukuran yang sesuai untuk berlalu lalang, serta bangunan tampak megah dari jauh. Pada elemen general interior pencahayaan yang di dalam café cukup terang, aroma dalam café segar, dan suara/musik yang ada di dalam café sudah cukup terang.
4. Strategi Kuadran (IV) strategi yang harus dilaksanakan di antaranya cafe harus meminimalisir alokasi variabel pada kuadran ini supaya café dapat menghemat biaya. Untuk mencapai nilai Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 100%, strategi store atmosphere yang dapat dilakukan adalah meningkatkan kualitas store atmosphere. Penelitian memperlihatkan store atmosphere mempunyaipengaruh positif signifikan pada kepuasan konsumen,

Strategi yang dapat diterapkan berdasarkan hasil perhitungan dari Importance Performance Analysis (IPA) adalah sebagai berikut:

Kuadran 1 Hasil analisis dari kuadran ini adalah Cafe harus meningkatkan kinerja lebih terhadap atribut yang ada pada kuadran ini agar pelanggan merasa lebih puas. Strategi perbaikan yang dapat diterapkan oleh Cafe XYZ adalah dengan memastikan agar papan nama usaha terpampang dengan jelas. mempertahankan desain café dari luar selalu terlihat menarik, mengalokasikan ruangan sesuai untuk menampung pelanggan yang datang, dan

menambah kursi yang ada di setiap ruangan agar selalu bisa menampung seluruh konsumen yang datang. Selain itu, Cafe XYZ dapat mengganti tampilan sesuai dengan kondisi tertentu agar dapat menambah suasana baru dan konsumen tidak bosan.

Kuadran 2 Hasil analisis dari kuadran ini adalah perusahaan harus menjaga atribut dari kuadran ini, sebab kinerja atributnya telah baik. Oleh karena itu, pihak Cafe harus mempertahankan atau melakukan inovasi kembali desain dari papan nama usaha agar selalu terlihat menarik. Memperhatikan dan memastikan cat dinding agar terlihat bersih dan menarik, menjaga area café agar tetap bersih, menambah variasi dari produk, mengelompokkan barang sesuai dengan jenisnya, dan memberi tanda-tanda petunjuk agar terlihat jelas.

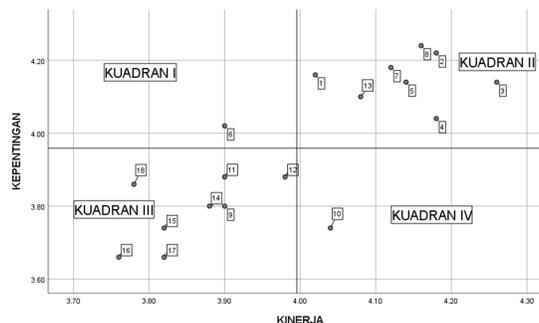
Kuadran 3 Hasil analisis dari kuadran ini adalah cafe masih harus diberi perhatian karena kinerjanya masih minim serta t mungkin dapat dijadikan prioritas di masa mendatang. Oleh karena itu agar menambah daya tarik sebaiknya café meningkatkan kinerja terhadap visual bangunan, agar terlihat megah dari jauh, akses ke setiap ruangan mudah, suara musik dalam cafe, keluasan area cafe, serta kenyamanan toilet.

Kuadran 4 Hasil analisis dari kuadran ini adalah Cafe mungkin harus membatasi pengeluaran untuk hal yang dinilai kurang penting oleh responden seperti banner promosi, akses pintu masuk dan suhu ruang.

Hasil Analisis Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen

Diagram ini dipakai untuk melihat hubungan tingkat kepentingan serta tingkat kinerja yang dikelompokkan dalam empat bagian serta dibatasi dua garis berpotongan tegak lurus (X serta Y) dengan X sebagai mean dari tingkat kinerja serta Y sebagai mean dari tingkat kepentingan.

Hasil Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen



Gambar 3 Diagram Kartesius Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Gambar 3 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Atribut dalam kuadran ini dipercaya menjadi faktor yang sangat esensial bagi konsumen. Tetapi situasi sekarang belum memuaskan yang menjadikan pihak manajemen wajib untuk merencanakan sumber daya yang tersedia, agar kinerja beragam faktor itu dapat ditingkatkan. Berdasarkan hasil perhitungan, yang termasuk kedalam kuadran A yaitu (P6) Bersedia merekomendasikan kepada orang lain. Atribut tersebut harus dijadikan sebagai prioritas utama dalam meningkatkan kinerja karena atribut tersebut mempunyai tingkat kepentingan tinggi. Itu maknanya konsumen memandang atribut itu sangat penting namun kinerjanya masih belum sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

2. Kuadran II (Pertahankan Investasi)

Faktor pendukung kepuasan pelanggan terletak dalam atribut kuadran ini yang menjadikan pihak manajemen harus memastikan kinerja lembaga yang dikelola mampu mengajaja prestasi yang sudah diraih cafe ini. Berdasarkan hasil perhitunganyang digolongkan pada kuadran (II) adalah (P1) Puas terhadap layanan yang diberikan. (P2) Puas terhadap produk yang disajikan. (P3) Puas atas kebersihan Cafe (P4) Menyukai produk utama Café, sehingga selalu membeli kembali (P5) Menyukai variasi produk yang ditawarkan café, sehingga ingin mencoba kembali. (P6) Bersedia merekomendasikan kepada orang lain. (P7) Kualitas makanan sesuai harapan (P13) Selalu menceritakan hal positif tentang cafe kepada orang lain.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Pada Kuadran ini memperlihatkan faktor yang ada mempunyai tingkat kepuasan rendah bagi pengunjung serta dipercaya tidak begitu penting untuk pelanggan, yang menjadikan pihak manajemen tidak harus memfokuskan maupun mengalokasikan dana dalam faktor yang dianggap tidak penting oleh pelanggan atau. Berdasarkan hasil perhitungan, maka dapat diketahui yang digolongkan dalam kuadran (III) adalah (P9) Bersedia mengunjungi café secara rutin. (P11) Membeli produk cafe karena lengkap. (P12) Membeli produk karena kebutuhan. (P14) Berusaha mempengaruhi orang lain untuk membeli produk Café. (P15) Tidak terpengaruh oleh produk yang ditawarkan Café lain. (P16) Tidak tertarik tawaran harga lebih rendah dari Café lain. (P17) tidak akan tertarik potongan harga dari Café Pesaing. (P18) Tidak akan terpengaruh hadiah dari Café pesaing.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini dipercaya tidak penting bagi konsumen yang menjadikan pihak manajemen dapat mengalokasikan dananya ke faktor lain yang dianggap lebih penting oleh konsumen demi memenuhi kepuasan pelanggan dan memenuhi ekspektasi pelanggan sehingga faktor yang masih membutuhkan peningkatan menjadi prioritas utama. Sesuai hasil perhitungan diketahui bahwa yang digolongkan dalam kuadran (IV) adalah (P10) Bersedia membeli ulang.

Berikut rekapitulasi masing-masing atribut sesuai hasil tingkat kepentingan serta tingkat kinerja yang di kelompokkan pada kuadran:

Tabel 10 Rekapitulasi Analisis Hasil Kepentingan dan Kinerja

No	Kuadran 1	No	Kuadran 2
6	Bersedia merekomendasikan kepada orang lain	1	Puas terhadap pelayanan yang diberikan
		2	Puas terhadap produk yang disajikan
		3	Puas terhadap kebersihan café
		4	Menyukai variasi produk utama café, sehingga selalu membeli kembali
		5	Menyukai variasi produk utama café, sehingga mencoba kembali
		7	Kualitas makanan sesuai harapan
		8	Pelayanan café sesuai harapan
No	Kuadran 3	13	Selalu menceritakan hal positif tentang café terhadap orang lain
9	Bersedia mengunjungi café secara rutin	No	Kuadran 4
11	Membeli produk café karena lengkap	10	Bersedia membeli ulang
12	Membeli produk karena kebutuhan		
14	Berusaha mempengaruhi orang lain untuk membeli produk dalam cafe		
15	Tidak terpengaruh terhadap produk yang ditawarkan café lain		
16	Tidak tertarik tawaran harga lebih rendah dari café pesaing		
17	Tidak akan tertarik potongan harga dari café pesaing		
18	Tidak akan terpengaruh hadiah dari café pesaing		

Berdasarkan tabel 10 maka strategi yang dapat dilakukan oleh Cafe XYZ sebagai berikut:

1. Strategi untuk kuadran I adalah Cafe XYZ harus melakukan perbaikan secara terus menerus pada kuadran ini, yang di anggap penting bagi pelanggan, Cafe XYZ harus berkonsentrasi untuk meningkatkan atribut-atribut pada kuadran ini. Oleh karena itu, Cafe XYZ dapat memperbaiki atribut-atribut Café agar dapat dilihat menarik oleh pelanggan dan menarik pelanggan untuk datang. Sehingga pelanggan yang sudah berkunjung akan merekomendasikan kepada pelanggan lainnya. Hal ini dapat membuat Cafe XYZ lebih di kenal luas lagi dan dapat meningkatkan pengunjung yang datang setiap harinya.
2. Strategi untuk kuadran II adalah Cafe XYZ dapat mempertahankan faktor-faktor yang terdapat pada kuadran ini agar selalu dinilai baik oleh pelanggan. Oleh karena itu hal yang dapat di pertahankan oleh pihak Café Bawaja adalah elemen kepuasan pelanggan. Yang diantaranya Cafe XYZ dapat memberikan pelayanan yang baik dengan cara memberi tahu informasi terkait yang dibutuhkan pelanggan sehingga dapat memenuhi elemen kepuasan pelanggan atas produk yang disajikan. Cafe XYZ juga harus mempertahankan cita rasa yang ada pada produk utama dan mempertahankan variasi produk yang di miliki agar pelanggan selalu ingin membeli kembali. Menjaga makanan sesuai dengan harapan sehingga dapat membuat konsumen untuk menceritakan hal-hal positif yang ada pada café ini kepada orang lain. Sedangkan untuk elemen exterior-nya Cafe XYZ harus mempertahankan kebersihan sehingga pelanggan yang berkunjung merasa nyaman.
3. Pada kuadran III Cafe XYZ masih harus melakukan lebih banyak perbaikan dalam produknya karena hal ini dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Hal ini perlu lebih banyak perbaikan agar meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pihak Cafe XYZ harus melakukan diskon atau potongan harga pada produk-produknya agar pelanggan bersedia mengunjungi café secara rutin, dan agar pelanggan tidak terpengaruh untuk membeli produk yang ditawarkan oleh café lain. Cafe XYZ bisa menggunakan media social sebagai alat untuk promosi terakit produk-produknya sehingga lebih memudahkan orang lain untuk mengetahui informasi terbaru terkait produk yang terdapat pada Cafe XYZ. Pada Kuadran IV pihak Cafe XYZ bisa meminimalisir biayanya terhadap faktor yang dianggap penting oleh pelanggan sehingga bisa menghemat pengeluaran yang tidak di perlukan.

DAFTAR REFERENSI

- Damayanti, P. R., & Palupi, G. S. (2023). Penerapan Metode E-Service Quality dan Importance Performance Analysis (IPA) untuk Analisis Kualitas Layanan Transfer Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi BRImo. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence*, 4(3), 115–125.
- Fadilah, N. Z., & Supendi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 37–50. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v8n1.p37-50>
- Jannah, F. Z., & Suyatno, D. F. (2024). Measurement Of User Satisfaction With Unesawifi Services At Surabaya State University (Unesa) Using Service Quality (Servqual) and Importance Performance Analysis (IPA) Methods Friday Zahrotul Jannah. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 5(1), 144. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/58947/45868>
- Muthmainah, R. F., Prawira, D., & Ilhamsyah, I. (2023). Analisis Kualitas Website Dinas Kesehatan Provinsi Kalimantan Barat Menggunakan Metode E-Govqual Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Tekno Kompak*, 17(2), 61–73. [https://doi.org/?CITATIONS? total citations on Dimensions](https://doi.org/?CITATIONS?total+citations+on+Dimensions).
- Permata, D. P., Almasdi, A., Syaleh, H., Rahmawaty, D., & Roninda, D. (2023). Analisis Penerapan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) Dalam Menentukan Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada Andika Wedding Organizer. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(3), 983–995. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i3.1222>
- Sandra, T. J., & Prawoto, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Konnichiwa. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 13(2), 370–377. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2176>
- Sirait, A. N., Waskito, S. K., & Guslan, D. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Jasa PT SAP Express Cabang Bandung Menggunakan Metode Importance Performance Analysis(IPA) Dan Customer Satisfaction Index(CSI). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5173–5182. <https://doi.org/10.31004/jptam.v8i1.13178>
- Syahputra, R. P., Hardiartama, R., Kristana, B. P., & Wulansari, A. (2023). Analisis User Experience Aplikasi Flip Menggunakan Metode Heart Metrics dan Importance Performance analysis (IPA). *Jurnal Informatika Dan Rekayasa Perangkat Lunak*, 4(2), 228–236. <https://doi.org/10.33365/jatika.v4i2.2630>