

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) PADA ONLINE SHOP SHOPEE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI)

Anggini<sup>1</sup>, Subagyo<sup>2</sup>, Moch. Wahyu Widodo<sup>3</sup>  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Jl. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112  
Anggipas99@gmail.com

Informasi artikel :

Tanggal Masuk: 7 Juli 2022    Tanggal Revisi: 10 Agustus 2022    Tanggal diterima: 10 September 2022

### Abstract

*This purpose of this research is to ascertain the level of customer satisfaction at the Shopee online shop. The research approach used is quantitative and is a descriptive type of research. The population used in this research were students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Nusantara PGRI Kediri. The sample was determined by 92 students who were taken using the simple random sampling method. Collecting data make use of questionnaire which is then analyzed using Importance Performance analysis. The results of this study are that there are still some student customers who are not fulfil with the services provided by Shopee based on 5 dimensions of service quality in direct evidence (tangible), responsiveness (responsiveness), reliability (reliability), concern (empathy) and assurance (assurance).*

**Keywords:** Customer satisfaction, tangible, reability, responsiveness, assurance, empathy

### Abstrak

*Tujuan dilalukan penelitian ini agar diketahui tingkat kepuasan pelanggan yang ada pada online shop Shopee . Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian ini mengambil populasi dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang sampel-nya ditentukan menggunakan metode simple random sampling sebanyak 92 mahasiswa. Kuesioner dipilih untuk Pengumpulan yang selanjutnya dianalisis menggunakan analisis Importance Performance. Hasil yang didapat dari penelitian ini terkait pelayanan yang diberikan oleh Shopee yaitu masih ada beberapa konsumen mahasiswa yang beropini kurang puas, hal ini berdasarkan kualitas pelayanan yang dibagi ke dalam 5 dimensi yaitu bukti langsung (tangible), daya tangkap (responsiveness), keandalan (reability), kepedulian (empathy) dan jaminan (assurance).*

**Kata Kunci:** kepuasan pelanggan, bukti langsung, keandalan, daya tangkap, jaminan, kepedulian

### PENDAHULUAN

Teknologi merupakan sebuah sarana menyediakan barang untuk memudahkan kebutuhan dalam kelangsungan hidup manusia. Jadi tujuan dari terciptanya teknologi adalah untuk menggampangkan dan memudahkan realisasi kehidupan manusia di dunia. Ada beberapa macam jenis teknologi, salah satunya yaitu teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi adalah sebuah *sistem* dengan sarana teknis untuk mengirimkan informasi ataupun data dari satu individu ke individu lain, dari satu tempat ke tempat lain. Hal yang mempengaruhi perkembangan teknologi komunikasi adalah dengan adanya internet, di mana fungsi dari internet sendiri yaitu mampu mempermudah manusia untuk berkomunikasi dan juga bersosialisasi [1].

Internet saat ini terus berkembang hingga semua masyarakat menjadikan internet sudah seperti bagian dari sarana untuk memenuhi kebutuhannya, salah satu contohnya yaitu kegiatan pembelian atau pembelian jasa maupun barang secara *online*. Kegiatan belanja *online* yaitu proses di mana pelanggan membeli jasa, barang-barang dan lain-lain secara langsung tanpa adanya suatu media sebagai perantara melalui internet dari seorang penjual secara *real-time* dan interaktif [2].

Hadirnya perdagangan elektronik yang biasa disebut juga dengan *e-commerce*, *e-commerce* disini adalah proses berbisnis dengan memanfaatkan teknologi elektronik untuk menghubungkan antar perusahaan, masyarakat dan konsumen dalam bentuk transaksi elektronik [3]

Pada era sekarang ini, banyak sekali produsen yang memasarkan produknya melalui situs *online shop*. Situs *online* ialah merupakan salah satu teknologi yang dalam perkembangannya semakin pesat. Bisnis *online* menjadi bisnis yang sangat menjanjikan, hal ini juga mendasari semakin banyaknya bisnis *online* yang hadir di Indonesia [4].

Di Indonesia ada banyak aplikasi yang menerapkan konsep *online shopping*. Salah satunya ialah *online shop* Shopee yang merupakan *mobile marketplace pencetus* gratis ongkos kirim se-Indonesia pertama yang masuk ke pasar Indonesia yaitu pada bulan Mei 2015. Berdasarkan data Shopee tercatat sebagai *e-commerce* paling sering diakses dengan persentase sebanyak 72,4% dan *desktop* 21,3%. Yang rata-rata durasi kunjungan sebanyak 6 menit 30 detik. Adapun jumlah kunjungan bulanan sebanyak 120 juta [5].

Dari data yang diperoleh dari *SimiliarWeb* diketahui jika minat masyarakat terhadap *e-commerce* begitu tinggi akan tetapi Shopee juga memperoleh banyak komplain dari para konsumennya dikarenakan beberapa hal, contohnya di mana *Admin* Shopee yang lambat dalam merespons keluhan pelanggannya, tentu perkara yang seperti ini dapat mempengaruhi dan mengurangi tingkat kepuasan konsumen terhadap *E-Commerce* Shopee [6]. Shopee terus berusaha meningkatkan performa agar bisa mengurangi komplain dari konsumennya. Dengan berkurangnya komplain terhadap Shopee maka akan tercapainya kepuasan pada pelanggan Shopee.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Badiatul M, 2021) didapatkan hasil dari total 25 pertanyaan ada 19 yang mempunyai skor gap positif dan sisanya memiliki skor gap negatif dari sini dapat ditarik kesimpulan jika tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di rumah makan pecak Bunda Fiqrah perlu dilakukan beberapa perbaikan yang berarti masih belum sempurna [7].

Dalam mengukur kepuasan pelanggan, dapat ditentukan berdasarkan pada kinerja yang dirasakan dan juga berdasarkan variabel-variabel harapan konsumen [8]. Salah satu model pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan adalah skala pengukuran *SERVQUAL*, dikemukakan oleh Parasuraman (2016), di mana pengukuran ini diidentifikasi berdasarkan 5 dimensi pokok yaitu bukti langsung (*Tangible*), daya tanggap (*Responsiveness*), keandalan (*Reliability*), kepedulian (*Empathy*), dan jaminan (*Assurance*). Dari atribut tersebut dapat dimodifikasi dan dijabarkan sesuai dengan industri dan bentuk usaha yang diteliti yang nantinya dijadikan kriteria penilaian bagi kinerja perusahaan oleh pelanggan.

Dengan analisis menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) akan diketahui seberapa besar kualitas pelayanan melihat dari harapan konsumen. Fungsi utama dari metode IPA yaitu untuk menunjukkan informasi yang masih berkaitan menurut konsumen dengan faktor dari pelayanan yang menjadikan sangat berpengaruh terhadap kesetiaan dan kepuasan pelanggan terhadap *e-commerce* dan juga beberapa faktor yang harus ditingkatkan melihat kondisi yang terjadi sekarang [4].

## METODE

Tujuan dari penelitian di sini dengan menerapkan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah untuk dapat melihat tingkat kepuasan pelanggan dilihat dari dimensi *tangible, responsiveness, reliability, empathy dan assurance* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi. Manajemen. Dalam hal ini diputuskan digunakan pendekatan penelitian kuantitatif dan merupakan jenis deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri dengan jumlah 1143 mahasiswa. Sampel ditentukan sebanyak 92 responden yang diputuskan untuk digunakan dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Adapun rumus Slovin dengan menggunakan *margin error* 10% digunakan untuk mengambil jumlah sampel, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 92 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang selanjutnya dianalisis menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA). Sebelum menyebarkan kuesioner langkah yang perlu dilakukan adalah melakukan uji instrumen pada atribut pernyataan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Adapun hasil dari uji validitas dan reliabilitas Nampak pada tabel 1.

Merujuk tabel 1 dapat dilihat jika sudah cukup bagus dari tingkat validitas dari instrumen yang digunakan. Nilai *r* hitung semua pertanyaan di atas lebih dari *r* tabel. Adapun nilai *r* tabel yaitu 0,4438 diperoleh berdasarkan jumlah responden dalam uji instrumen validitas sebanyak 20 responden. Dengan demikian seluruh item dapat dinyatakan valid dari pertanyaan pada instrumen penelitian.

**Tabel 1**

### Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected Item Total Correlation	Koefisien korelasi minimal	ket
X1	P1	0,687	>0,4438	Valid
	P2	0,818	>0,4438	Valid
	P3	0,687	>0,4438	Valid
	P4	0,755	>0,4438	Valid
X2	P5	0,767	>0,4438	Valid
	P6	0,538	>0,4438	Valid
	P7	0,526	>0,4438	Valid
	P8	0,463	>0,4438	Valid
X3	P9	0,791	>0,4438	Valid
	P10	0,626	>0,4438	Valid
	P11	0,651	>0,4438	Valid
	P12	0,581	>0,4438	Valid
X4	P13	0,731	>0,4438	Valid
	P14	0,655	>0,4438	Valid
	P15	0,544	>0,4438	Valid
	P16	0,712	>0,4438	Valid
X5	P17	0,672	>0,4438	Valid
	P18	0,598	>0,4438	Valid
	P19	0,493	>0,4438	Valid
	P20	0,695	>0,4438	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2022

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Instrumen Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha Kritis	Keterangan
Bukti langsung	0,864	0,6	Reliabel
Keandalan	0,647	0,6	Reliabel
Daya tangkap	0,756	0,6	Reliabel
Jaminan	0,780	0,6	Reliabel
Kepedulian	0,848	0,6	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jika semua variabel dapat dikatakan reliabel ditunjukkan dengan nilai Cronbach Alpha pada semua variabel >0,6.

## HASIL PENELITIAN

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

Analisis IPA berfungsi memberikan dan menunjukkan informasi yang berhubungan dengan faktor pelayanan dimana menurut konsumen sangat mempengaruhi kesetiaan dan juga mempengaruhi kepuasan dan menurut konsumen faktor dari pelayanan yang perlu dioptimalkan karena kondisi sekarang yang belum memuaskan. Dalam penelitian ini diperlukannya pengukuran tingkat kesesuaian guna melihat seberapa tinggi kepuasan pelanggan pada kinerja perusahaan, dan seberapa besar pemahaman jasa apa yang diinginkan oleh pelanggan oleh pihak penyedia terhadap jasa yang sudah mereka berikan. Lalu akan dilihat seluruh variabel apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan dengan dilakukan pemetaan menjadi 4 kuadran pada analisis IPA ini.

#### 1. Tingkat Kesesuaian Responden (Tki)

**Tabel 3**

**Hasil tingkat kesesuaian bukti langsung (tangible)**

No	Tingkat kinerja (X)	Tingkat Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (TK) (%)	Kinerja Kualitas Pelayanan
1	328	460	71.3%	Baik
2	317	458	69.21%	Baik
3	335	430	77.90%	Baik
4	322	374	86.10%	Sangat Baik

Sumber : Hasil perhitungan Tki, 2022

Tabel 3. di atas menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian pada 4 atribut pernyataan bukti langsung (*tangible*) sudah baik, terlebih lagi pada pernyataan no. 4 sebesar 86.10% yang artinya tingkat kesesuaiannya sudah sangat baik.

**Tabel 4**  
**Hasil Tingkat Kesesuaian Keandalan (Reability)**

No	Tingkat kinerja (X)	Tingkat Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (TK) (%)	Kinerja Kualitas Pelayanan
5	336	444	75.67%	Baik
6	333	395	73.67%	Baik
7	344	374	91.98%	Sangat Baik
8	334	384	86.98%	Sangat Baik

Sumber : Hasil perhitungan Tki, 2022

Tabel di atas menunjukkan tingkat kesesuaian dimensi keandalan, di mana untuk atribut pernyataan 5 dan 6 kinerja kualitas pelayanannya baik sedangkan untuk pernyataan 7 dan 8 sudah sangat baik.

**Tabel 5**  
**Hasil Tingkat Kesesuaian Daya Tanggap (Responsiveness)**

No	Tingkat kinerja (X)	Tingkat Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (TK) (%)	Kinerja Kualitas Pelayanan
9	325	426	76.29%	Baik
10	333	365	81%	Sangat Baik
11	334	381	87.66%	Sangat Baik
12	349	389	89.71%	Sangat Baik

Sumber : Hasil perhitungan Tki, 2022

Tabel di atas menunjukkan hasil Tki dimensi daya tangkap yang diambil dari 92 responden, di mana pada pernyataan no. 9 kinerja kualitas pelayanan baik dengan tingkat kesesuaian 76.29%. Sedangkan untuk atribut pernyataan 10, 11 dan 12 nilai tingkat kesesuaiannya masuk dalam kategori sangat baik.

**Tabel 6**  
**Hasil Tingkat Kesesuaian Jaminan (Assurance)**

No	Tingkat kinerja (X)	Tingkat Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (TK) (%)	Kinerja Kualitas Pelayanan
13	316	452	69.91%	Baik
14	349	411	84.91%	Sangat Baik
15	329	458	71.83%	Baik
16	334	378	88.35%	Sangat Baik

Sumber : Hasil perhitungan Tki, 2022

Tabel 6 menunjukkan hasil TK pada dimensi jaminan menunjukkan jika atribut pernyataan no 13 dan 15 tingkat kesesuaiannya berada pada kategori baik. Sedangkan untuk no. 14 dan 16 berada pada kategori sangat baik.

**Tabel 7**  
**Hasil Tingkat Kesesuaian Kepedulian (*Empathy*)**

No	Tingkat kinerja (X)	Tingkat Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian (TK) (%)	Kinerja Kualitas Pelayanan
17	355	382	92.93%	Sangat Baik
18	344	450	76.44%	Baik
19	350	408	85.78%	Sangat Baik
20	347	391	88.74%	Sangat Baik

Sumber : Hasil perhitungan Tki, 2022

Tabel 7 menunjukkan bahwa hampir semua atribut pernyataan pada dimensi kepedulian berada pada kategori Tki sangat baik, kecuali pernyataan no. 18 yang termasuk dalam kategori baik.

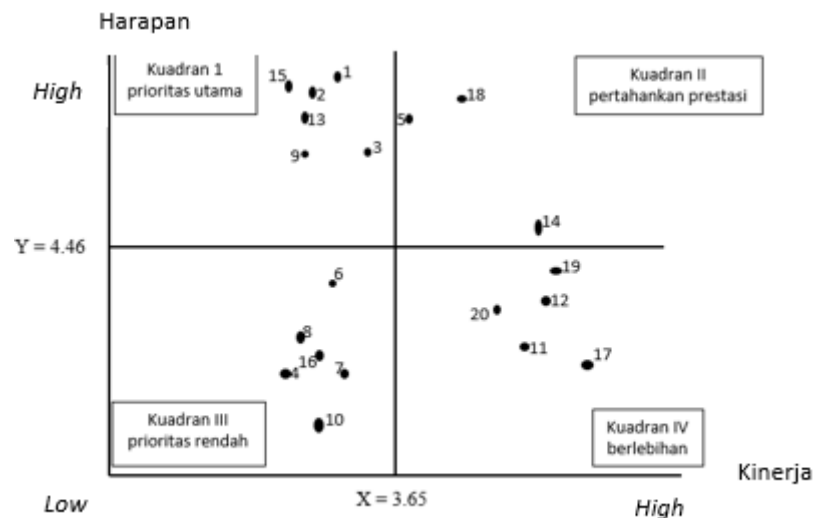
## 2. Rata-Rata Item Pernyataan

**Tabel 8**  
**Rata-rata item pernyataan**

No	Pertanyaan	Rata-rata kinerja	Rata-rata harapan
<i>TANGIBLE</i> (bukti langsung)			
1	P1	3.57	5
2	P2	3.44	4.98
3	P3	3.64	4.67
4	P4	3.5	4.07
<i>RELIABILITY</i> (keandalan)			
5	P5	3.65	4.83
6	P6	3.62	4.30
7	P7	3.63	4.07
8	P8	3.53	4.17
<i>RESPONSIVINESS</i> (daya tangkap)			
9	P9	3.53	4.63
10	P10	3.62	3.97
11	P11	3.79	4.14
12	P12	3.80	4.22
<i>ASSURANCE</i> (jaminan)			
13	P13	3.43	4.89
14	P14	3.80	4.47
15	P15	3.58	4.98
16	P16	3.63	4.11
<i>EMPATHY</i> (kepedulian)			
17	P17	3.86	4.15
18	P18	3.74	4.89
19	P19	3.81	4.43
20	P20	3.77	4.25
	TOTAL	72.94	89.22

Sumber : Hasil perhitungan rata-rata, 2022

## 3. Diagram Kuadran Kualitas Pelayanan



Gambar 1  
Diagram Kuadran Kualitas

Diagram kartesius ini dibuat untuk memetakan letak dari format kualitas pelayanan di *online shop shopee* berdasarkan pada 5 format kualitas pelayanan sebagai keandalan (*reability*), bukti langsung (*tangible*), jaminan (*assurance*), kepedulian (*empathy*) dan daya tanggap (*responsiveness*), yang kemudian akan dihubungkan Diagram Kartesius yang memuat analisis 4 kuadran.

### Pembahasan

Berikut ini adalah yang didapatkan setelah melakukan penelitian menggunakan kuadran pelayanan pada teknik Analisis Importance Performace yang berdasarkan pada 5 format kualitas pelayanan dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan yaitu bukti langsung, daya tanggap, keandalan, kepedulian dan jaminan.

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

Pada kuadran ini memperlihatkan beberapa faktor yang harus di prioritaskan oleh pihak Shopee dalam hal tingkat pelayanan, hal ini dikarenakan tingkat kinerja yang rendah sedangkan tingkat harapan dari pelanggan masih tinggi, terutama pada atribut pernyataan no.1,2,3,9,13 dan 15. Atribut ini sebagai prioritas utama masih perlu diperhatikan lagi oleh Shopee. Karena harapan dari pelanggan sangat tinggi, namun tingkat eksekusinya dirasa masih kurang baik.

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

Kuadran II ini memaparkan jika beberapa faktor tingkat kepuasan pelanggan ini bisa diterapkan, terlebih lagi pada atribut pernyataan yang meliputi no.5,14 dan 18. Untuk 3 atribut pernyataan yang berada pada kuadran ini berarti bisa mempertahankan prestasinya, yang dari tingkat kepuasan pada konsumen telah sesuai dengan harapan dan juga persepsi konsumen sehingga dapat memuaskan konsumen.

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

Letak dari kuadran III ini, memaparkan bahwa faktor tingkat kualitas pelayanan masih dirasa rendah untuk konsumen, dikarenakan harapan para konsumen tinggi namun tingkat kinerjanya rendah, terlebih pada atribut pernyataan no. 4,6,7,8,10 dan 16. Keenam atribut tadi, dirasa masih kurang baik karena prioritasnya rendah, ini artinya tingkat kinerja rendah sedangkan harapan dari pelanggan sudah tinggi.

#### 4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran IV lebih memaparkan jika faktor dari tingkat kualitas pelayanan masih dirasa rendah bagi konsumen dikarenakan dianggap oleh konsumen itu berlebihan dengan tingkat kinerjanya tinggi sedangkan tingkat harapan pelanggan rendah. Pernyataan yang berada pada kuadran ini terdapat di no. 11,12,17,19 dan 20.

### KESIMPULAN

Hasil dari pembahasan menunjukkan jika dari yang didapat dari menganalisis kepuasan pelanggan Shopee yang terdapat pada kuadran I dari 20 pernyataan hanya 6 atribut pernyataan yang tertulis yaitu, penanganan keluhan konsumen ditanggapi dengan baik, terjaga kualitas dan keasliannya, desain website yang menarik, produk yang ditampilkan sama dengan aslinya, informasi mengenai produk baik dan benar. Pada kuadran II yaitu kuadran

pertahankan prestasi menunjukkan jika kinerja di Shopee kurang memenuhi kepuasan dari pelanggan karena dari 20 atribut yang ada hanya 3 yang berada pada posisi kuadran ini. Untuk kuadran III yaitu prioritas rendah bagi pelanggan yaitu pernyataan no,4,7,6,8,10 dan 16 dikarenakan harapan dari pelanggan tinggi namun kinerja dari perusahaan rendah. Selanjutnya kuadran IV yaitu sebagai kuadran berlebihan yang berisi pernyataan no 11,12,17,19 dan 20 yang dikarenakan kinerja perusahaan tinggi namun harapan pelanggan rendah dan dalam hal ini dinilai sia- sia atau tidak terlalu penting.

Prioritas utama untuk pihak perusahaan menurut para responden yang terdiri dari pelanggan Shopee yaitu selalu memperhatikan apa yang dikehendaki pelanggan dalam hal ini selalu menjaga kualitas dan keaslian dari produk, mengoptimalkan informasi mengenai barang atau jasa yang ditunjukkan agar lebih benar dan baik, menjaga keramahan karyawan dalam melayani konsumennya, terus memperbaiki dan mengevaluasi cara dalam penanganan keluhan konsumen dan mengoptimalkan desain *website* jadi lebih menarik dan bagus lagi.

#### DAFTAR RUJUKAN

- [1] Subagyo, Purnomo H. Manajemen UMKM. 1st ed. Bandung: Media Sains Indonesia, Bandung; 2022.
- [2] Mujiyana M, Elissa I. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *J@ti Undip J Tek Ind* 2013;8:143–52. <https://doi.org/10.12777/JATI.8.3.143-152>.
- [3] Barkatullah. Hukum Transaksi Elektronik di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital E-Commerce di Indonesia. Nusamedia Bandung; 2019.
- [4] Purnomo H, Sardanto R, Basthoumi M. Signifikansi Harga , Fasilitas Dan Layanan Pada Tingkat Kepuasan Konsumen Hotel Di Diagram Scatter, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri; 2020, p. 293–9.
- [5] Suhartadi. Shopee Jadi E-Commerce Peringkat Teratas di Indonesia. *Invest Id* 2021.
- [6] Soehadi AW. Effective Branding Konsep Dan Aplikasi Pengembangan. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta; 2015.
- [7] Musyarofah B. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan dengan Metode Impotence Performance Analysis (IPA): (Studi kasus di Rumah Makan Pecak Bandeng Bunda Fiqrah). *J Lesbesgue J Ilm Pendidik Mat Dan Statitiska* 2021:85–93.
- [8] Ratnanto S, Purnomo H. Perceived Dan Expectation Value Dengan Metode SERVQUAL Studi: siakad. unpkediri. ac. id. Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akuntansi, Kediri: Fakutas Ekonomi Dan Bisnis, UNPGRI Kediri; 2019, p. 361–7.