

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN MENGUNAKAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA)

Safira Yasmine Chintyasari^{1*}, Diah Ayu Septi Fauji², Dyah Ayu Paramitha³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

safirachintya16@gmail.com*

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 26/06/2026

Tanggal Revisi : 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

This research is conducted to assess customer satisfaction levels and to establish service improvement priorities through Importance Performance Analysis (IPA) incorporating SERVQUAL dimensions. A quantitative descriptive approach was applied in this study, and 140 respondents were selected through purposive sampling. The research instrument used Likert-scale questionnaires (scale 1-5), which had been tested for validity and reliability (Cronbach's Alpha = 0.95). The results indicate a gap between customer importance and performance scores, especially in the responsiveness and empathy dimensions. The overall mean importance score of 3.53 was higher than the mean performance score of 3.39, with an average GAP of 0.14. Based on the IPA Cartesian diagram, the main improvement priorities (Quadrant I) include service speed during peak hours, complaint handling, employee friendliness, and cleanliness of the business premises. The IPA method proved effective in systematically identifying service attributes that require priority improvements to enhance customer satisfaction in traditional culinary SMEs.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality, SERVQUAL, Importance Performance Analysis (IPA), Culinary SME*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan dan menetapkan prioritas perbaikan kualitas pelayanan melalui *Importance Performance Analysis* (IPA) yang menggabungkan dengan dimensi SERVQUAL. Pendekatan deskriptif kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini dengan 140 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner skala likert 1-5 yang telah diuji validitas dan reliabilitas (Cronbach's Alpha = 0,95). Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan (gap) antara tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan, terutama pada dimensi responsiveness dan assurance. Rata-rata skor kepentingan keseluruhan sebesar 3,53 lebih tinggi dibandingkan rata-rata skor kinerja sebesar 3,39, dengan GAP rata-rata sebesar 0,14. Berdasarkan pemetaan diagram kartesius IPA, atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan (Kuadran I) meliputi Kecepatan tanggapan chat di aplikasi online atau whatsapp dan Informasi tentang komposisi topping jelas dan lengkap. Metode IPA terbukti efektif dalam mengidentifikasi atribut pelayanan yang memerlukan prioritas perbaikan secara sistematis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada UMKM kuliner tradisional.

Kata Kunci: *Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, SERVQUAL, Importance Performance Analysis (IPA), UMKM Kuliner*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis kuliner di Indonesia berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman pada tahun 2024 mencapai 5,28 juta unit. Pertumbuhan ini mendorong persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha kuliner, sehingga memaksa mereka untuk menyusun strategi bersaing yang tepat guna mempertahankan pangsa pasar [1]. Selain itu, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 6,49% pada kuartal ketiga tahun 2025, seiring dengan tren kuliner viral melalui media social seperti Tiktok dan Instagram.

Dalam kondisi persaingan yang ketat salah satu faktor yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu usaha. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa dan harga, tetapi juga pengalaman pelayanan secara keseluruhan. Kualitas pelayanan memberikan sumbangan kontribusi yang penting bagi penciptaan diferensiasi dan strategi bersaing dalam setiap usaha pemasaran [2]. Menurut [3] menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berperan dalam memediasi pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh [4] menegaskan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kemampuan Perusahaan dalam memenuhi harapan secara konsisten.

Kualitas pelayanan adalah elemen yang ditentukan oleh beberapa dimensi utama dari model SERVQUAL yang terdiri dari tangibles/fasilitas fisik, reliability/keandalan, responsiveness/kemampuan tanggapan, assurance/tanggungan, dan empathy/empati [5]. Lima aspek ini menjadi landasan untuk mengevaluasi apakah suatu pelayanan berkualitas atau tidak. Tingkat tinggi dalam kualitas pelayanan dapat memengaruhi pilihan konsumen saat memilih dan menggunakan layanan yang tersedia. Untuk memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, fakto-faktor seperti kenyamanan, kecepatan, ketepatan, keahlian, dan keramahan dalam berinteraksi dengan pelanggan perlu diperhatikan. Pelayanan yang baik memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan mendorong terciptanya hubungan yang lebih kuat antara pelanggan dan pemilik usaha [6]. Namun jika kualitas pelayanan tidak dikelola dengan baik, maka loyalitas pelanggan dapat dengan mudah beralih ke penyedia jasa atau produk lain yang dinilai dapat menawarkan dengan nilai lebih tinggi [7].

Menurut [8] kepuasan pelanggan menjadi sebuah tolak ukur yang menunjukkan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan atau pengguna terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh suatu Perusahaan. Pelanggan yang merasa puas biasanya akan melakukan pembelian secara berulang, merekomendasikan barang, dan berkontribusi secara signifikan dalam pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut. Namun di sisi lain, ketidakpuasan bisa mengakibatkan berkurangnya minat untuk membeli dan dapat merusak reputasi perusahaan. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi UMKM, terutama disektor kuliner [9]

Usaha Kuliner Pancong Pocong yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan salah satu pelaku usaha mikro yng bergerak di bidang makanan tradisional. Usaha ini berlokasi di Kawasan Bandar Lor, Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri, Jawa Timur. Dilihat dari skala operasionalnya, usaha ini tergolong dalam kategori usaha mikro sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Nama "Pancong Pocong" merupakan gabungan kata yang menarik. Walaupun terdengar menakutkan, namun nama ini diterapkan dengan konsep yang ceria, ditambah dengan desain booth berwarna merah muda yang memiliki kesan menyenangkan, sehingga dapat menarik minat berbagai kalangan, terutama para remaja [10].

Dalam aspek pemasaran, Pancong Pocong menerapkan strategi *low-cost high-impact* dengan branding unik untuk menciptakan efek viral dan daya ingat konsumen yang kuat, didukung oleh promosi digital intensif melalui Instagram dan TikTok yang telah mengumpulkan 1.000+ followers dengan rata-rata 5.000 views per reels konten *behind-the-scenes* produksi, *unboxing* topping, dan *user-generated content* dari pelanggan [11]. Untuk saat ini Pancong menghadapi tantangan persaingan dengan makanan kekinian yang lebih modern.

Meskipun memiliki potensi besar berkat harga yang terjangkau dan cita rasa khas, usaha ini perlu bersaing dengan makanan modern yang terus bermunculan. Fenomena ini mendorong perlunya evaluasi kualitas pelayanan secara sistematis. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dimensi responsiveness dan assurance memiliki kesenjangan (gap) yang signifikan pada usaha kuliner yang berdampak langsung pada kepuasan pelanggan [12] [13] Salah satu kunci meraih keberhasilan dalam persaingan bagi sebuah Perusahaan Adalah memberikan nilai lebih bagi pelanggan serta memenuhi kebutuhan mereka melalui penyediaan produk dan layanan yang memiliki kualitas tinggi dengan harga yang dapat bersaing [14].

Mayoritas studi terdahulu difokuskan pada usaha kuliner skala menengah hingga besar di kota-kota besar, sementara UMKM tradisional berbasis produk lokal di kota-kota menengah seperti Kediri masih jarang diteliti. Padahal kelompok usaha ini memiliki peran penting dalam ekosistem ekonomi lokal dan membutuhkan panduan perbaikan yang berbasis data. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang diintegrasikan dengan dimensi SERVQUAL untuk menganalisis kepuasan pelanggan dan menentukan prioritas perbaikan secara terukur dan sistematis. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis Tingkat kepuasan pelanggan Usaha Pancong di Kota Kediri dan menentukan usulan prioritas perbaikan kualitas pelayanan berdasarkan hasil analisis IPA.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, metode pengumpulan data yang umum dilakukan adalah kuesioner [15]. Objek penelitian Adalah UMKM Pancong yang beroperasi di Kota Kediri, Jawa Timur, yang memiliki gerai fisik dan aktif berjualan melalui platform online (GoFood, GRABFood, ShopeeFood). Pengambilan data dilakukan di satu gerai pancong Pocong yang memiliki jumlah transaksi dan ulasan konsumen signifikan.

Populasi penelitian Adalah seluruh konusmen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk pancong di UMKM Pancong Pocong Kota Kediri dalam kurun waktu 4 bulan terakhir (Oktober 2025-Januari 2026). Karena populasi bersifat tidak terbatas (*infinite population*), penentuan sampel mengacu pada Hair (2014), yaitu 5-10 kali jumlah atribut yang dianalisis. Dengan 28 atribut, jumlah sampel minimal Adalah $28 \times 5 = 140$ responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-propability sampling dengan metode purposive sampling. Kriteria responden yaitu semua orang yang pernah membeli produk pancong di UMKM Kediri.

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan 28 atribut pelayanan yang mencakup 5 dimensi SERVQUAL. Setiap atribut diukur dua kali menggunakan skala Likert 1-5 yaitu skor kepentingan (harapan pelanggan) dan skor kinerja (persepsi pelanggan). Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha yang menghasilkan nilai 0,95 jauh di atas ambang batas 0,60, sehingga instrument dinyatakan reliabel.

Analisis data menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) melalui beberapa tahapan : (1) perhitungan rata-rata nilai kepentingan dan kinerja tiap atribut; (2) penentuan titik tengah (mean importance dan mean performance); (3) pemetaan ke dalam diagram kartesius untuk mengelompokkan atribut ke dalam empat kuadran; dan (4) perhitungan Tingkat Kesesuaian (TK) = $(\text{Skor Performance} / \text{Skor Importance}) \times 100\%$. Pengolahan data dilakukan menggunakan Microsoft Excel [16].

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pancong Pocong merupakan salah satu UMKM kuliner yang menjadi obojek utama dalam penelitian ini Usaha ini berlokasi di Kawasan Bandar Lor, Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur. Berdasarkan PP Nomor 7 Tahun 2021, usaha ini dikategorikan sebagai usaha mikro dengan modal dan omset tahunan yang berada dibawah batas yang ditetapkan (modal <Rp 1 miliar. Penjualan tahunan <Rp 2 miliar).

Pancong Pocong menyajikan kue pancong dalam 2 tekstur (matang dan setengah matang) dengan berbagai pilihan topping kekinian seperti coklat, tiramisu, greentea, taro, dan biscoff. Harga peroduk berkisar antara Rp. 10.000 ginggaan Rp. 30.000, menjadikannya terjangkau bagi berbagai segmen konsumen, khususnya pelajar dan mahasiswa. Kegiatan produksi berlangsung setiap hari pukul 09.00-22.00 WIB dengan kapasitas 50-100 porsi per hari. Dalam aspek pemasaran, usaha ini menerapkan strategi branding unik dan promosi digital melalui Instagram dan TikTok, serta bermitra dengan platform GoFood, GRABFood dan ShopeeFood.

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	37	30,4%
Perempuan	103	69,6%
Jumlah	140	100%
Usia	Jumlah	Persentase
17-25 tahun	90	62,8%
26-35 tahun	50	37,2%
Jumlah	140	100%
Cara Pembelian	Jumlah	Persentase
Langsung ke gerai	86	64,9%
Online (Gofood, GRABFood, ShopeeFood)	54	35,1%
Jumlah	140	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2026

Penelitian melibatkan 140 responden dengan karakteristik berdasarkan jenis kelamin yang mayoritas responden adalah perempuan sebesar 69,6% (103 orang) dan laki-laki sebesar 30,4% (37 orang), menunjukkan

bahwa makanan ringan tradisional seperti pancong lebih diminati oleh konsumen perempuan. Berdasarkan usia, kelompok usia 17-25 tahun mendominasi dengan presentase 62,8% (90 orang), diikuti kelompok usia 26-35 tahun sebesar 37,2% (50 orang), yang mengindikasikan segmen pasar utama adalah generasi muda. Berdasarkan cara pembelian sebagian besar responden melakukan pembelian langsung ke gerai (64,9%) dan sisanya melalui platform online (35,1%) yang menunjukkan perlunya perhatian pada kualitas layanan baik offline maupun online. Pengukuran dilakukan terhadap 28 atribut yang mencakup 5 dimensi SERVQUAL yang akan disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Deskripsi Data Variabel

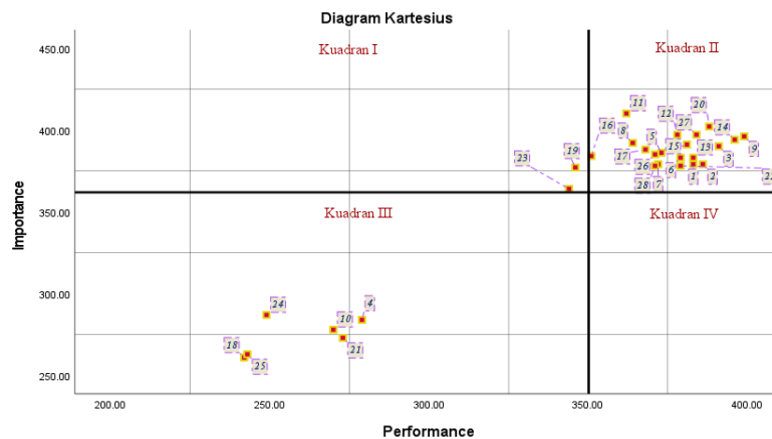
No.	Dimensi SERVQUAL	Rata-rata Importance	Rata-rata Performance	GAP
1.	<i>Tangibles</i>	3,7	3,5	0,2
2.	<i>Reliability</i>	3,9	3,8	0,1
3.	<i>Responsiveness</i>	3,6	3,4	0,2
4.	<i>Assurance</i>	3,4	3,3	0,1
5.	<i>Empathy</i>	3,4	3,2	0,2
	Total	3,60	3,44	0,16

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2026

Secara umum, hasil pengukuran menunjukkan bahwa rata-rata skor kepentingan (*importance*) lebih tinggi dibandingkan rata-rata skor kinerja (*performance*) pada hampir seluruh atribut. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan (*gap*) antara harapan pelanggan dan kenyataan pelayanan yang diterima, yang menjadi dasar analisis IPA dalam penelitian ini. Berdasarkan Tabel 2, rata-rata skor kepentingan (*importance*) lebih tinggi dibandingkan rata-rata skor kinerja (*performance*) pada seluruh dimensi. Dimensi *Reliability* memiliki nilai kepentingan tertinggi (3,9), menunjukkan bahwa konsistensi dan kendala layanan paling diharapkan oleh pelanggan. Kesenjangan (*gap*) terbesar terdapat pada dimensi *Tangibles*, *Responsiveness*, dan *Empathy* dengan nilai 0,2 yang menandakan bahwa aspek-aspek inilah yang paling memerlukan perhatian dan perbaikan.

Distribusi Diagram Kartesius IPA

Importance Performance Analysis merupakan suatu pendekatan yang diterapkan untuk menentukan atribut-atribut mana yang memerlukan prioritas dalam rangka peningkatan kualitas layanan untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan. Proses ini melibatkan penghitungan skor rata-rata untuk kualitas layanan dan Tingkat kepentingan terhadap permintaan konsumen, kemudian dilanjutkan dengan menghitung nilai rata-rata kinerja (X) dan rata-rata kepentingan (Y). Tahap krusial dalam metode IPA Adalah penempatan atribut kepuasan pelanggan serta dimensi SERVQUAL pada sebuah diagram Kartesius yang terbagi dalam empat kuadran. Pembagian kuadran ini bergantung pada skor kinerja dan Tingkat kepentingan yang dihasilkan dari pengukuran yang telah dilakukan. Setiap kuadran memiliki makna yang berbeda dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan Keputusan strategi perusahaan [17]. Berdasarkan hasil pemetaan 28 atribut ke dalam diagram kartesius IPA menggunakan nilai rata-rata importance (3,53) dan performance (3,39) sebagai titik Tengah, diperoleh distribusi atribut dalam 4 kuadran sebagai berikut:



Sumber: Data diolah oleh Peneliti 2026

Gambar 1. Diagram Kartesius IPA

1. Kuadran I (Prioritas Utama) memuat atribut dengan Tingkat kepentingan tinggi namun kinerja masih rendah. Atribut yang masuk dalam kuadran ini Adalah : kecepatan tanggapan chat di aplikasi online/whatsapp (19) dan informasi komposisi topping yang jelas dan lengkap (23). Atribut-atribut ini harus menjadi prioritas utama perbaikan karena memiliki dampak terbesar terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi) merupakan kondisi ideal Dimana atribut memiliki kepentingan tinggi sekaligus kinerja yang tinggi. Sebanyak 20 atribut masuk dalam kuadran ini, mencakup konsistensi rasa pancong (12), kesesuaian topping dengan pesanan (13), kebersihan gerai (9), kemasan rapi (11), keamanan produk (halal) (22), dan kecepatan pengiriman online (16). Atribut-atribut ini mencerminkan keunggulan kompetitif usaha yang harus dijaga konsistensinya.
3. Kuadran III (Prioritas Rendah) memuat atribut dengan kepentingan rendah dan kinerja yang juga rendah. Atribut yang masuk antar lain : kesediaan karyawan membantu pelanggan (18), perhatian individual karyawan (25), keramahan dan kesopanan karyawan (24), kerapian dan kebersihan karyawan (10), pemahaman karyawan tentang menu dan topping (21), serta minat Kembali karena pelayanan (4). Perbaikan atribut-atribut ini tidak mendesak karena pelanggan juga tidak menganggapnya terlalu penting.
4. Kuadran IV (Berlebihan) : Berdasarkan diagram kartesius, tidak terdapat atribut yang secara jelas menempati kuadran IV. Kondisi ini positif karena menunjukkan tidak ada indikasi pemborosan sumber daya pada aspek layanan yang kurang relevan bagi pelanggan.

Hal ini merupakan kondisi positif karena menunjukkan bahwa seluruh atribut dengan kinerja tinggi juga diimbangi dengan Tingkat kepentingan yang tinggi juga dari sudut pandang pelanggan. Dengan kata lain, tidak ada indikasi pemborosan sumber daya pada aspek layanan yang kurang relevan bagi pelanggan.

Tingkat Kesesuaian (*Conformity Level*) seluruh atribut

Tingkat Kesesuaian akan disajikan dalam bentuk ringkasan untuk atribut-atribut yang terpilih. Nilai TK dihitung dengan membagi skor performance dengan skor importance dikalikan 100%. Berikut merupakan Tingkat Kesesuaian:

Tabel 1. Tingkat Kesesuaian Atribut

No.	Atribut Pelayanan	Importance	Performance	TK (%)
1.	Rasa pancong yang selalu konsisten	3,906	3,813	102,45%
2.	Keramahan dan kesopanan karyawan saat melayani	3,777	3,755	100,57%
3.	Kebersihan gerai Pancong Pocong	3,935	3,921	100,37%
4.	Kemasan rapi dan bersih (take away/online)	3,633	3,705	98,06%
5.	Kesesuaian harga dengan porsi dan kualitas	3,755	3,791	99,05%
6.	Kecepatan pengiriman pesanan online	3,892	3,906	99,63%
7.	Kecepatan pelayanan di gerai	3,755	3,863	97,21%
8.	Kecepatan tanggapan chat aplikasi online/WA	3,640	3,849	94,58%
9.	Adanya promo atau diskon	2,489	2,921	85,22%
10.	Kerapian dan Kebersihan Karyawan	2,719	2,842	95,7%
11.	Topping sesuai dengan pesanan	3,59	4,101	87,54%
12.	Pancong selalu disajikan hangat dan fresh	3,734	3,95	94,54%
13.	Kesediaan karyawan membantu pelanggan	3,482	3,813	91,32%
14.	Kebersihan alat masak dan bahan baku	2,439	2,655	91,87%
15.	Karyawan memahami dengan baik menu dan topping	3,424	3,712	92,25%
16.	Rasa aman karena bahan baku halal	3,842	4	96,04%
17.	Informasi tentang komposisi topping jelas dan lengkap	2,77	2,784	99,48%
18.	Karyawan memberikan perhatian individual	3,403	3,655	93,11%
19.	Variasi topping lengkap dan selalu update	2,453	2,676	91,67%
20.	Kemudahan pemesanan melalui aplikasi online	3,662	3,842	95,32%
21.	Produk yang ditawarkan sesuai harapan	3,79	3,83	101,06%
22.	Fasilitas penunjang (wifi,parkir,toilet) sesuai harapan	3,79	3,86	101,85%
23.	Kondisi fasilitas penunjang selalu bersih dan nyaman	3,9	3,91	100,26%
24.	Saya berminat Kembali karena pelayanan memuaskan	2,84	2,79	98,24%
25.	Saya ingin Kembali karena puas dengan produk yang ditawarkan	3,86	3,73	96,63%
26.	Saya akan menjadikan Pancong Pocong sebagai pilihan utama dibandingkan Pancong Bungkus	3,83	3,79	98,96%
27.	Saya dengan senang hati menyarankan orang lain datang ke Pancong Pocong	3,79	3,72	98,15%
28.	Fasilitas bersih dan lengkap	3,92	3,64	92,86%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2026

Analisis menunjukkan bahwa sebanyak 3 atribut memiliki nilai TK lebih dari 100%, yaitu rasa pancong yang selalu konsisten (TK 102,45%), keramahan dan kesopanan karyawan (TK 100,57%), serta kebersihan gerai (100,37%). Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja pada ketiga atribut tersebut telah melampaui harapan pelanggan. Sebaliknya, atribut adanya promo atau diskon memiliki TK terendah (TK 85,22%), mengindikasikan ketimpangan paling besar antara harapan dan realisasi.

Hasil peneliti ini menunjukkan bahwa Tingkat kepuasan pelanggan usaha Pancong Pocong Kota Kediri masih termasuk dalam kategori cukup memuaskan berdasarkan nilai rata-rata GAP yang diperoleh sebesar 0,14. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ghozali (2018) dalam penelitian Valencia (2025) [13] yang menemukan

bahwa gap terbesar cenderung terjadi pada dimensi Responsiveness. Demikian pula, penelitian Ramdani [12] mengidentifikasi bahwa dimensi Responsiveness memiliki gap signifikan yang berdampak pada kepuasan pelanggan yang tidak optimal.

Prioritas Perbaikan Berdasarkan Metode IPA

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) terbukti efektif dalam mengidentifikasi atribut pelayanan yang menjadi prioritas utama perbaikan. Berdasarkan posisi atribut pada diagram kartesius, prioritas utama perbaikan yang perlu segera ditindaklanjuti oleh pelaku Usaha Pancong di Kota Kediri adalah:

1. Kecepatan Pelayanan (Dimensi *Responsiveness*) : Kecepatan pelayanan terutama pada kondisi ramai menjadi salah satu atribut yang dianggap sangat penting namun kinerjanya masih rendah. Pelanggan mengharapkan dilayani dengan cepat tanpa harus menunggu terlalu lama, terutama pada jam-jam sibuk. Kondisi ini dapat diatasi melalui peningkatan kapasitas produksi dan penambahan tenaga kerja pada jam-jam puncak.
2. Keramahan dan Kesopanan Karyawan (Dimensi *Assurance*) : Keramahan karyawan merupakan aspek yang sangat diperhatikan pelanggan dalam pengalaman konsumsi. Karyawan yang kurang ramah dapat menurunkan keseluruhan pengalaman pelanggan meskipun produk yang disajikan berkualitas baik. Hal ini dapat ditingkatkan melalui pelatihan *soft skill* dan standar pelayanan bagi karyawan.
3. Penanganan Keluhan Pelanggan (Dimensi *Responsiveness*) : Kemampuan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan secara cepat dan tepat menjadi faktor kritis dalam membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Penetapan prosedur penanganan keluhan yang jelas akan sangat membantu meningkatkan dimensi ini.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini terdapat kesenjangan (gap) yang nyata antara tingkat kesenjangan dan kinerja pelayanan pada hampir seluruh atribut usaha Pancong Pocong. Rata-rata skor kepentingan (3,53) lebih tinggi dari rata-rata skor kinerja (3,39) dengan GAP rata-rata 0,14. Dimensi yang mengalami kesenjangan paling signifikan adalah Responsiveness dan Assurance, mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan pelanggan masih berada pada kategori cukup memuaskan dengan ruang perbaikan yang signifikan.

Metode IPA terbukti efektif dalam mengidentifikasi atribut prioritas perbaikan secara sistematis. Atribut yang masuk Kuadran I (prioritas utama) meliputi : kecepatan pelayanan saat kondisi ramai (dimensi *Responsiveness*), penanganan keluhan pelanggan (dimensi *Responsiveness*), keramahan dan kesopanan karyawan (dimensi *Assurance*), serta kebersihan tempat usaha (dimensi *Tangibles*). Keempat atribut ini menjadi prioritas yang harus segera ditindaklanjuti oleh pelaku usaha karena paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Adapun atribut yang masuk dalam Kuadran II (pertahankan prestasi) meliputi konsistensi rasa pancong, kesesuaian pesanan, keamanan produk, dan kualitas bahan baku, yang perlu terus dijaga performanya.

Ketiga, hasil analisis tingkat kesesuaian (*Conformity Level*) menunjukkan bahwa sebanyak 3 dari 20 atribut pelayanan telah memenuhi dan melampaui harapan pelanggan ($TK \geq 100\%$), yaitu: kebersihan gerai Pancong Pocong ($TK 100,37\%$), keramahan dan kesopanan karyawan saat melayani ($TK 100,57\%$), dan rasa pancong yang selalu konsisten ($TK 102,45\%$). Hal ini menunjukkan bahwa beberapa aspek pelayanan telah berjalan dengan baik dan mendapatkan apresiasi positif dari pelanggan. Sebaliknya, atribut adanya promo atau diskon memiliki TK terendah sebesar 85,22%, yang mengindikasikan adanya ketimpangan antara harapan pelanggan terhadap promosi dan realisasi yang diberikan oleh pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Muthmainnah H, Triyanto A. Analisis Strategi Bersaing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pizza Apa Ya). *GREAT: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam* 2024;1. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.546>.
- [2] Adzani EVC, Fauji DAS, Kurniawan R. Analisis Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Akar Coffee Wates Di Kabupaten Kediri. 2025;4.
- [3] Chairani A, Simanihuruk M, Aditya MK. Peran Kualitas Pelayanan dalam Memediasi Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk pada Kepuasan Pelanggan di Restoran Byurger. 2022.
- [4] Irma. Hubungan Antara Inovasi Produk Dan Daya Saing Umkm Di Sektor Kuliner Kota Tangerang Selatan. 2025.
- [5] Fitriyani A, Suharto DG, Sariyo H. Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Uptd Puskesmas Sukatani Kota Depok, Jawa Barat Berdasarkan Analisis Terra. *Journal Publicuho* 2024;7:1767–81. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i4.530>.

- [6] Lestari RP, Purnomo H. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Barokah Laundry. 2023;2.
- [7] Anjarwati D, Soeprijatno ED, Paramitha DA. Pengaruh Strategi Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ayodya Wedding And Deco Di Kabupaten Nganjuk. 2025;4.
- [8] Firmansyah A. Buku Pemasaran Produkdan Merek. 2019.
- [9] Fadhila R, Nainggolan B. Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. INOVASI. 11. 150-163. 10.32493/Inovasi.v11i1.p150-163.40256. 2024.
- [10] Maharani N. Pengembangan Strategi Bisnis Pancong Pocong Di Desa Pagerwojo Kabupaten Jombang. 2025.
- [11] Regina T, Hendriyani M. Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm Sektor Kuliner. 2025;14.
- [12] Ramdani A, Hilman M. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Pada Cafe Thsub Melalui Pendekatan Service Quality (Servqual) Di Banjarsari Kabupaten Ciamis. 2025;02.
- [13] Valencia IN, Aprillia JN, Sulistiono B, Nasri RI, Ardyansyah R, Limantara AD. Analisis Kualitas Layanan Nusa Kopi Dengan Metode Servqual Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen. 2025;4.
- [14] Muthiah I, Ambarwati R, Mt SSM, Program M, Manajemen S, Bisnis F, et al. Analisis Kepuasan Konsumen dengan Metode IPA-KANO Pada Produk Kerupuk Olahan Ikan Mujair Cv. Sariram di Desa Prasung Analysis of Consumer Satisfaction Using The Ipa-Kano Method on Mujair Fish Cracker Products Cv. Sariram in Prasung Village. n.d.
- [15] Ibrahim AL, Anjani ET, Agustina P, Fatiqiyah SS. Analisis Kepuasan Konsumen Berbasis Metode Importance Performance Analysis (IPA) pada Kafe Kopi XYZ. Jurnal Bisnis Kreatif Dan Inovatif 2025;2. <https://doi.org/10.61132/jubikin.v2i2.570>.
- [16] Silaningsih E, Maulana I, Aulia S, Isliah Mitra G, Maulida M. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Important Performance Analysis. 2025.
- [17] Setiawan DA, Yamani ZA, Winati DF. 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) 2022;1:286–95.