

# USULAN PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN SITUS BELANJA *ONLINEX* BERDASARKAN DIMENSI *E-SERVQUAL* DENGAN MENGGUNAKAN IPA DAN PGCV

Alif Muhammad Vinarsyah<sup>1</sup>, Asterina Febrianti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi  
Nasional, Jl PHH Mustofa No 23, Bandung, 40124, Indonesia  
E-mail : [alifmvinarsyah04@gmail.com](mailto:alifmvinarsyah04@gmail.com)

Received 01 03 2022 / Revised 04 04 2022 / Accepted DD MM YYYY

## ABSTRAK

*E-commerce X merupakan salah satu e-commerce yang ada di Indonesia. Untuk meningkatkan kualitas pelayanannya dilakukan pengukuran tingkat kepuasan dan kepentingan konsumen dengan menggunakan tujuh dimensi e-servqual yaitu efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation dan contact. Hasil pengukuran tingkat kepuasan dan kepentingan kemudian diolah dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) dan metode Potential Gain in Customer Value (PGCV). Nilai Indeks PGCV dari atribut yang berada pada kuadran pertama Importance Performance Matrix dihitung untuk mendapatkan urutan prioritas peningkatan kualitas pelayanan. Atribut yang menjadi prioritas berdasarkan nilai indeks PGCV adalah: urutan pertama adalah variabel X7 (Customer service dapat menyelesaikan permasalahan transaksi dengan baik), urutan kedua adalah variabel X14 (Situs melindungi informasi data pribadi konsumen yaitu data diri, kartu kredit/debit, dan lain sebagainya), urutan ketiga adalah variabel X23 (Situs menawarkan retur atau tukar barang ketika produk yang datang tidak sesuai) dan urutan keempat adalah variabel X21 (Situs memberikan refund jika produk tidak sesuai).*

**Kata  
Kunci:**

*E-Servqual, Importance Performance Analysis (IPA), Potential  
Gain in Customer Value (PGCV)*

## ABSTRACT

*E-commerce X is one of the e-commerce sites in Indonesia. To improve the quality of their services, the level of satisfaction and interest of consumers is measured by using seven dimensions of e-servqual, namely efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation and contact. The results of measuring the level of satisfaction and interest are then processed using the Importance Performance Analysis (IPA) method and the Potential Gain in Customer Value (PGCV) method. The PGCV Index value of the attributes that are in the first quadrant of the Importance Performance Matrix is calculated to obtain a priority*

*order of service quality improvement. Attributes that are prioritized based on the PGCV index value are: the first is variable X7 (Customer service can solve transaction problems well), the second is variable X14 (The site protects consumer personal data information, namely personal data, credit/debit cards, and so on), the third is variable X23 (The site offers returns or exchanges of goods when the product that arrives does not match) and the fourth is X21 variables (the site provides a refund if the product does not match).*

**Keywords:** *E-Servqual, Importance Performance Analysis (IPA), Potential Gain in Customer Value (PGCV)*

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi internet telah berkembang begitu pesat saat ini. Pesatnya perkembangan internet telah memberikan dampak yang besar terhadap kehidupan manusia, salah satunya dalam dunia bisnis. Internet tidak hanya berguna sebagai sarana untuk mendapatkan informasi secara cepat, tetapi dapat juga digunakan sebagai sarana untuk melakukan transaksi perdagangan secara online atau biasa disebut dengan istilah *e-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban dkk., 2008 dalam Alwendi 2020). Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia begitu pesat. Salah satu *e-commerce* yang cukup populer di Indonesia adalah *e-commerce X*. Hingga kuartal satu tahun 2021, *e-commerce X* berada diposisi 4 dalam top 10 *e-commerce* di Indonesia dibawah Shopee, Tokopedia, dan Bukalapak. Meskipun *e-commerce X* cukup populer di masyarakat Indonesia, namun masih banyak keluhan yang diterima mengenai kualitas layanan mereka, menurut Mediakonsumen (2020-2021), keluhan- keluhan yang paling sering diajukan oleh para pelanggan *e-commerce X* antara lain; produk yang tidak sesuai deskripsi, sulit dan lamanya pengembalian dana (*refund*), sulitnya membatalkan pesanan, kurang memuaskannya penanganan keluhan dari pelanggan, pengiriman yang lama, sulit dan lamanya proses retur atau tukar barang dan pembatalan pesanan secara sepihak, padahal selama ini *e-commerce X* sudah memiliki layanan-layanan yaitu layanan telepon *hotline*, gratis biaya kirim ke seluruh Indonesia dengan minimum pembelian dan pengembalian barang dalam 7 hari jika terdapat ketidaksesuaian. Banyaknya keluhan yang berasal dari pelanggan dapat membuat pelanggan merasa kecewa untuk kembali berbelanja di *e-commerce X* dan dapat mengurangi tingkat kepercayaan pelanggan. Untuk mengatasi masalah tersebut maka perusahaan harus meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan cara memperbaiki kualitas layanan yang ada.

## 1.2 Rumusan Masalah

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan memiliki peran yang penting. Apabila pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan maka hal tersebut dapat berdampak baik bagi perusahaan. *E-commerce X* memiliki permasalahan dalam kualitas pelayanannya, sehingga pelayanan yang diberikan perusahaan masih menimbulkan keluhan-keluhan dari pelanggan. Upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan yaitu dengan cara melakukan penelitian untuk mengukur kualitas layanan yang ada. Metode-metode yang digunakan adalah metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) berdasarkan dimensi *Electronic-Service Quality (E-Servqual)* untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, sehingga dapat diketahui tingkat kepuasan dari setiap atribut.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan usulan peningkatan kualitas layanan pada *e-commerce X* berdasarkan analisis metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV).

## 1.4 Batasan Masalah

1. Penelitian dilakukan terhadap responden yang berdomisili di Indonesia.
2. Penelitian dilakukan terhadap responden dengan umur minimal 17 tahun.
3. Dimensi kualitas yang digunakan berdasarkan dimensi *E-Servqual* yang dikemukakan oleh Parasuraman yaitu *efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation* dan *contact*.
4. Data keluhan yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari situs *Mediakonsumen.com*.
5. Responden merupakan pelanggan yang pernah melakukan transaksi dalam rentang waktu 6 bulan terakhir.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

### 2.1 Identifikasi Masalah

Permasalahan yang banyak terjadi di *e-commerce X* adalah mengenai kualitas layanan sehingga banyak pelanggan yang mengeluh akan hal itu. *E-commerce X* juga memiliki *google rating* yang cukup rendah yaitu 2,4 dari skala 5. Jika hal tersebut terus terjadi akan berdampak negatif terhadap perusahaan.

### 2.2 Studi Literatur

Studi literatur berisikan teori-teori pendukung yang berkaitan dengan penelitian. Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini antara lain : *E-Commerce*, kualitas, kepuasan pelanggan, *Importance Performance Analysis*, *Potential Gain in Customer Value*, populasi, sampel, dan kuesioner. Dalam proses pemecahan masalah, teori yang digunakan adalah metode *electronic service quality (E-Servqual)* yang berisikan tujuh dimensi yang dikemukakan oleh Parasuraman dan akan menjadi atribut dalam penelitian. Ketujuh dimensi tersebut yaitu *efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, dan contact*. Selain itu, metode yang digunakan adalah metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan metode *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*.

### 2.3 Identifikasi Pemilihan Metode

Metode yang sesuai untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu layanan adalah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan

*Potential Gain in Customer Value* (PGCV) berdasarkan dimensi *electronic service quality* (*E-Servqual*). Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk membandingkan tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan, atribut dari tingkat kepentingan dan kepuasan disusun berdasarkan dimensi *electronic service quality* (*E-Servqual*) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan layanan.

#### 2.4 Identifikasi Karakteristik Responden

Identifikasi karakteristik responden merupakan hal yang penting karena dapat memberikan hasil yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Hal tersebut akan mempengaruhi hasil penelitian ini sehingga peningkatan kualitas layanan dapat sesuai dengan keinginan pelanggan. Karakteristik responden dari penelitian ini adalah pelanggan *e-commerce X* yang berada di Indonesia dengan umur minimal 17 tahun dan pernah melakukan transaksi dalam 6 bulan terakhir.

#### 2.5 Penentuan Ukuran Sampel dan Teknik *Sampling*

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Ukuran sampel dihitung dengan menggunakan rumus *Cochran* (Yola dan Budianto, 2013).

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p(1-p)}{E^2} \quad (1)$$

#### 2.6 Penyusunan Kuesioner

Kuesioner disusun berdasarkan dimensi *E-Servqual* yaitu *efficiency, system availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation* dan *contact* (Parasuraman, dkk., 2005). Penyusunan kuesioner menggunakan referensi dari penelitian terdahulu dengan objek penelitian yang memiliki kesamaan jenis yaitu *e-commerce*.

#### 2.7 Uji Validitas

Uji validitas merupakan tingkat keandalan dan kesahihan suatu alat ukur yang digunakan (Cahyani, dkk, 2016). Uji validitas merupakan suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen, yang bertujuan untuk mengukur ketepatan instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam sebuah penelitian. Uji validitas dihitung dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Pengolahan data uji validitas dibantu dengan menggunakan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Berikut merupakan rumus korelasi untuk menghitung koefisien korelasi hasil uji instrumen dengan uji kriterianya.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xi.yi) - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{(n \sum xi^2 - (\sum xi)^2)(n \sum yi^2 - (\sum yi)^2)}} \quad (2)$$

#### 2.8 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel (Fraenkel et al., 2012 dalam Yusup, 2018). Metode *alpha* sangat cocok digunakan pada skor dengan bentuk skala (misal 1-4, 1-5) atau skor dalam bentuk rentang (misal 0-20, 0-50). Rumus dari metode *Alpha Cronbach* adalah:

$$r_i = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s_{i2}}{s_{t2}} \right] \quad (3)$$

#### 2.9 Pengolahan Data

Data diolah menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Metode IPA digunakan untuk memplot data ke dalam empat kuadran pada matriks IPA yaitu kuadran pertama (*high importance* dan *low*

*performance*), kuadran kedua (*high importance* dan *high performance*), kuadran ketiga (*low importance* dan *low performance*) dan kuadran keempat (*low importance* dan *high performance*). Pengolahan data metode IPA terdiri dari perhitungan Tingkat Kesesuaian (TKi) dan diagram kartesius. Sementara metode PGCV digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh perusahaan, metode PGCV terdiri dari perhitungan *Archive Customer Value* (ACV), *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV) serta Indeks *Potential Gain in Customer Values* (PGCV).

### 2.10 Analisis dan Usulan Perbaikan Kualitas

Setelah atribut prioritas perbaikan teridentifikasi, maka selanjutnya adalah melakukan analisis dan usulan perbaikan kualitas. Atribut yang terpilih akan diperbaiki berdasarkan urutan prioritasnya. Usulan perbaikan kualitas ditentukan berdasarkan hasil dari pengisian kuesioner oleh responden.

### 2.11 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran merupakan tahapan akhir dari proses penelitian. Kesimpulan berisikan ringkasan dari hasil penelitian mengenai kualitas layanan *e-commerce X*. Saran yang diberikan sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh responden berdasarkan hasil analisis.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Pengujian Kuesioner

Pengujian kuesioner terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa data sudah valid sehingga kuesioner dapat dikatakan layak. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) dengan  $r$  tabel  $N = 30$  adalah 0,361. Hasil uji validitas kuesioner dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner**

|    |   |                                   |     |   |                                   |     |   |                                   |     |   |                                   |     |   |                                   |
|----|---|-----------------------------------|-----|---|-----------------------------------|-----|---|-----------------------------------|-----|---|-----------------------------------|-----|---|-----------------------------------|
| X1 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .516 <sup>**</sup><br>0,004<br>30 | X6  | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .585 <sup>**</sup><br>0,001<br>30 | X11 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .854 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X16 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .684 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X21 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .717 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 |
| X2 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .545 <sup>**</sup><br>0,002<br>30 | X7  | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .797 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X12 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .779 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X17 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .699 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X22 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .646 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 |
| X3 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .723 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X8  | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .698 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X13 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .472 <sup>**</sup><br>0,008<br>30 | X18 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .816 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X23 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .572 <sup>**</sup><br>0,001<br>30 |
| X4 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .625 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X9  | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .810 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X14 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .558 <sup>**</sup><br>0,001<br>30 | X19 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .687 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X24 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .585 <sup>**</sup><br>0,001<br>30 |
| X5 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .412 <sup>**</sup><br>0,024<br>30 | X10 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .788 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X15 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .688 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X20 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .697 <sup>**</sup><br>0,000<br>30 | X25 | Pearson Correlation<br>Sig. (2-tailed)<br>N | .411 <sup>**</sup><br>0,024<br>30 |

Dari hasil uji validitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa data sudah valid karena  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Setelah data dinyatakan valid, selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Hasil uji reliabilitas kuesioner dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner**

| Reliability Statistics |            |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha       | N of Items |
| 0,945                  | 25         |

Data dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,7 (Yusup, 2018). Hasil dari uji reliabilitas didapatkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0,945 yang artinya data sudah reliabel.

### 3.2 Hasil Perhitungan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

1. Perhitungan Tingkat Kesesuaian (Tki)  
Perhitungan tingkat kesesuaian dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Tingkat Kesesuaian (Tki)**

| Variabel | Kepentingan (Yi) | Kepuasan (Xi) | Tingkat Kesesuaian (Tki) |
|----------|------------------|---------------|--------------------------|
| X1       | 310              | 310           | 100%                     |
| X2       | 325              | 328           | 100,92%                  |
| X3       | 329              | 322           | 97,87%                   |
| X4       | 314              | 314           | 100%                     |
| X5       | 312              | 309           | 99,04%                   |
| X6       | 313              | 317           | 101,28%                  |
| X7       | 316              | 299           | 94,62%                   |
| X8       | 306              | 309           | 100,98%                  |
| X9       | 312              | 316           | 101,28%                  |
| X10      | 309              | 310           | 100,32%                  |
| X11      | 308              | 308           | 100%                     |
| X12      | 315              | 322           | 102,22%                  |
| X13      | 312              | 314           | 100,64%                  |
| X14      | 321              | 309           | 96,26%                   |
| X15      | 315              | 318           | 100,95%                  |
| X16      | 311              | 311           | 100%                     |
| X17      | 302              | 311           | 102,98%                  |
| X18      | 306              | 303           | 99,02%                   |
| X19      | 315              | 312           | 99,05%                   |
| X20      | 312              | 297           | 95,19%                   |
| X21      | 315              | 310           | 98,41%                   |
| X22      | 308              | 314           | 101,95%                  |
| X23      | 319              | 310           | 97,18%                   |
| X24      | 305              | 305           | 100%                     |
| X25      | 309              | 304           | 98,38%                   |
| Jumlah   | 7819             | 7782          | 99,53%                   |

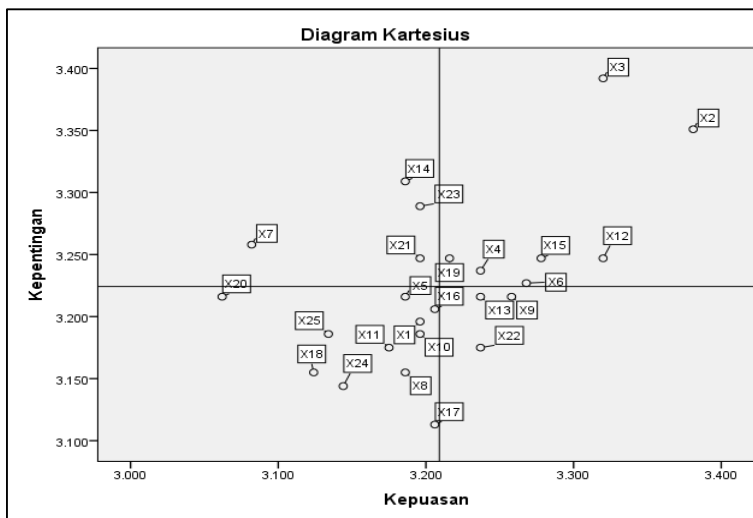
Berdasarkan hasil perhitungan, didapat 10 variabel yang memiliki tingkat kesesuaian di bawah 100%, sementara 15 variabel lainnya sudah mencapai 100% atau lebih. Hal tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa variabel yang belum berhasil membuat pelanggan puas. Tingkat kepuasan dapat ditingkatkan dengan cara memperbaiki setiap variabel dengan nilai tingkat kesesuaian di bawah 100%.

2. Perhitungan Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Kepuasan  
Perhitungan rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Kepuasan**

| Variabel  | Kepentingan (Yi) | Kepuasan (Xi) |
|-----------|------------------|---------------|
| X1        | 3,196            | 3,196         |
| X2        | 3,351            | 3,381         |
| X3        | 3,392            | 3,320         |
| X4        | 3,237            | 3,237         |
| X5        | 3,216            | 3,186         |
| X6        | 3,227            | 3,268         |
| X7        | 3,258            | 3,082         |
| X8        | 3,155            | 3,186         |
| X9        | 3,216            | 3,258         |
| X10       | 3,186            | 3,196         |
| X11       | 3,175            | 3,175         |
| X12       | 3,247            | 3,320         |
| X13       | 3,216            | 3,237         |
| X14       | 3,309            | 3,186         |
| X15       | 3,247            | 3,278         |
| X16       | 3,206            | 3,206         |
| X17       | 3,113            | 3,206         |
| X18       | 3,155            | 3,124         |
| X19       | 3,247            | 3,216         |
| X20       | 3,216            | 3,062         |
| X21       | 3,247            | 3,196         |
| X22       | 3,175            | 3,237         |
| X23       | 3,289            | 3,196         |
| X24       | 3,144            | 3,144         |
| X25       | 3,186            | 3,134         |
| Total     | 80,6             | 80,2          |
| Rata-Rata | 3,224            | 3,209         |

3. Diagram Kartesius  
Berikut merupakan hasil pengelompokan setiap variabel ke dalam empat kuadran dalam *Importance Performance Matrix* yang dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1. Diagram Kartesius**

Variabel pada kuadran pertama merupakan variabel yang perlu ditingkatkan kinerjanya. Terdapat empat variabel yang perlu ditingkatkan, yaitu X7 (*Customer service* dapat menyelesaikan permasalahan transaksi dengan baik), X14 (Situs

melindungi informasi data pribadi konsumen yaitu data diri, kartu kredit/debit, dan lain sebagainya), X21 (Situs memberikan *refund* jika produk tidak sesuai) dan X23 (Situs menawarkan retur atau tukar barang ketika produk yang datang tidak sesuai). Menurut pelanggan keempat variabel ini penting akan tetapi performanya masih belum memuaskan, variabel-variabel tersebut perlu ditingkatkan agar pelanggan menjadi puas.

### 3.3 Hasil Perhitungan Metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)

Perhitungan nilai indeks *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) diperlukan untuk mengetahui prioritas variabel-variabel yang perlu segera diperbaiki. Data hasil perhitungan nilai indeks PGCV dapat dilihat pada Tabel 5.

**Tabel 5. Hasil Perhitungan Metode PGCV**

| Atribut | Nilai Rata-Rata Tingkat Kepuasan (X) | Nilai Rata-Rata Tingkat Kepentingan (Y) | Nilai ACV | Nilai UDCV | Nilai PGCV | Prioritas |
|---------|--------------------------------------|---|-----------|------------|------------|-----------|
|         |                                      |   | X x Y     | Y x XMax   | UDCV - ACV |           |
| X7      | 3,0825                               | 3,2577                                  | 10,0419   | 13,0309    | 2,9891     | 1         |
| X14     | 3,1856                               | 3,3093                                  | 10,5419   | 13,2371    | 2,6952     | 2         |
| X23     | 3,1959                               | 3,2887                                  | 10,5101   | 13,1546    | 2,6445     | 3         |
| X21     | 3,1959                               | 3,2474                                  | 10,3784   | 12,9897    | 2,6113     | 4         |

Berikut merupakan contoh perhitungan nilai indeks PGCV untuk atribut X7.

$$\begin{aligned} \text{ACV} &= X \times Y && (4) \\ &= 3,0825 \times 3,2577 \\ &= 10,0419 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{UDCV} &= Y \times X_{\text{max}} && (5) \\ &= 3,2577 \times 4 \\ &= 13,0309 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Indeks PGCV} &= \text{UDCV} - \text{ACV} && (6) \\ &= 13,0309 - 10,0419 \\ &= 2,9891 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan nilai indeks *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) adalah urutan prioritas perbaikan untuk atribut pada kuadran pertama dengan urutan pertama prioritas perbaikan adalah X7 (*Customer service* dapat menyelesaikan permasalahan transaksi dengan baik), kedua adalah X14 (Situs melindungi informasi data pribadi konsumen yaitu data diri, kartu kredit/debit, dan lain sebagainya), ketiga atribut X23 (Situs menawarkan retur atau tukar barang ketika produk yang datang tidak sesuai) dan keempat adalah atribut X21 (Situs memberikan *refund* jika produk tidak sesuai).

### 3.4 Usulan Perbaikan

Terdapat empat variabel yang berada pada kuadran pertama diantaranya X7, X14, X23 dan X21. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, dapat dilakukan beberapa perbaikan diantaranya adalah sebagai berikut.



Usulan Peningkatan Kualitas Layanan Situs Belanja *Online X* Berdasarkan Dimensi *E-Servqual* Dengan Menggunakan IPA dan PGCV

**Tabel 6. Usulan Peningkatan Kualitas Layanan**

| Variabel | Dimensi                    | Atribut   | Kondisi Saat Ini  | Usulan Perbaikan   |
|----------|----------------------------|---|---|--|
| X7       | <i>System Availability</i> | <i>Customer service</i> dapat menyelesaikan permasalahan transaksi dengan baik.                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Customer service e-commerce X</i> dinilai menggunakan nada yang tinggi ketika menangani permasalahan.</li> <li>- <i>Customer service e-commerce X</i> dinilai kurang sopan ketika menangani permasalahan karena tiba-tiba mematikan telepon padahal permasalahan belum selesai.</li> <li>- <i>Customer service e-commerce X</i> tidak menangani permasalahan hingga selesai.</li> <li>- <i>Customer service e-commerce X</i> menggunakan bot yang tidak memberikan solusi dan CSnya tidak mau bertanggung jawab.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengukur survei kepuasan pelanggan dengan menggunakan <i>Customer Satisfaction Score (CSAT)</i> yaitu dengan cara menambah tombol rating agar pelanggan dapat memberikan <i>feedback</i> berupa penilaian setelah berkomunikasi dengan CS sehingga <i>e-commerce X</i> dapat memantau dan mengetahui kinerja dari setiap <i>customer servicenya</i>.</li> <li>- Melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan <i>customer service</i>.</li> <li>- Memberikan <i>reward</i> kepada <i>customer service</i> yang memiliki kinerja bagus.</li> <li>- Memperbaiki sistem <i>bot</i> yang ada.</li> </ul> |
| X14      | <i>Privacy</i>             | Situs melindungi informasi data pribadi konsumen (data diri, kartu kredit/debit, dan lain sebagainya) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat berita bahwa <i>e-commerce X</i> sempat mengalami kebocoran data.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan edukasi/sosialisasi berupa iklan layanan masyarakat tentang cara mengamankan data pribadi.</li> <li>- Pihak perusahaan memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa data pribadi pelanggan digunakan dengan seharusnya serta tidak di salah gunakan, yaitu dengan cara menyediakan penghapusan atau <i>anonymization</i> data pribadi.</li> </ul>   |

**Tabel 6. Usulan Peningkatan Kualitas Layanan (Lanjutan)**

| Variabel | Dimensi             | Atribut   | Kondisi Saat Ini  | Usulan Perbaikan   |
|----------|---------------------|---|---|--|
| X14      | <i>Privacy</i>      | Situs melindungi informasi data pribadi konsumen (data diri, kartu kredit/debit, dan lain sebagainya) | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Terdapat berita bahwa <i>e-commerce X</i> sempat mengalami kebocoran data.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pihak perusahaan memberikan layanan informasi kepada pelanggan jika ingin mengetahui data pribadi pelanggan digunakan untuk keperluan apa saja oleh perusahaan.</li> <li>- Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) pada divisi sistem keamanan dengan cara mengadakan pelatihan mengenai enkripsi data karena SDM merupakan faktor internal untuk mencegah kebocoran data pribadi.</li> </ul> |
| X23      | <i>Compensation</i> | Situs menawarkan retur atau tukar barang ketika produk yang datang tidak sesuai.                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>E-commerce X</i> menolak retur dengan alasan tertentu.</li> <li>- Proses pengembalian barang yang lama.</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memprioritaskan pelanggan dan melakukan proses retur dengan maksimal 7 hari kerja sesuai dengan yang dijanjikan jika terjadi ketidaksesuaian produk yang diterima oleh pelanggan.</li> </ul>  |
| X21      | <i>Compensation</i> | Situs memberikan <i>refund</i> jika produk tidak sesuai   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lamanya proses pengembalian dana (<i>refund</i>).</li> <li>- Pengembalian dana yang tak kunjung diproses.</li> <li>- Pengembalian dana ditolak.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat sistem pembayaran sendiri agar proses <i>refund</i> dapat dilakukan dengan cepat.</li> </ul>  |

#### 4. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) terdapat empat variabel yang perlu dilakukan perbaikan beserta urutan prioritasnya. Variabel yang pertama adalah variabel X7 (*Customer service* dapat menyelesaikan permasalahan transaksi dengan baik), variabel kedua adalah X14 (Situs melindungi informasi data pribadi konsumen yaitu data diri, kartu kredit/debit, dan lain sebagainya), variabel ketiga adalah X23 (Situs menawarkan retur atau tukar barang ketika produk yang datang tidak sesuai) dan variabel keempat adalah X21 (Situs memberikan *refund* jika produk tidak sesuai).
2. Usulan perbaikan kualitas layanan variabel X7 adalah sebagai berikut:
  - a. Mengukur survei kepuasan pelanggan dengan menggunakan *Customer Satisfaction Score* (CSAT).
  - b. Melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan *customer service*.
  - c. Memberikan *reward* kepada *customer service* yang memiliki kinerja bagus.
  - d. Memperbaiki sistem *bot* yang ada.
3. Usulan perbaikan kualitas layanan variabel X14 adalah sebagai berikut:
  - a. Memberikan edukasi/sosialisasi berupa iklan layanan masyarakat tentang cara mengamankan data pribadi.

- b. Pihak perusahaan memberikan jaminan kepada pelanggan bahwa data pribadi pelanggan digunakan dengan seharusnya.
  - c. Pihak perusahaan memberikan layanan informasi kepada pelanggan jika ingin mengetahui data pribadi pelanggan digunakan untuk keperluan apa saja oleh perusahaan.
  - d. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) pada divisi sistem keamanan.
4. Usulan perbaikan kualitas layanan variabel X23 adalah sebagai berikut:
    - a. Melakukan proses retur dengan maksimal 7 hari kerja sesuai dengan yang dijanjikan.
  5. Usulan perbaikan kualitas layanan variabel X21 adalah sebagai berikut:
    - a. Membuat sistem pembayaran sendiri agar proses *refund* dapat dilakukan dengan cepat.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Alwendi, A. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317-325.
- Cahyani, N. M., Indriyanto, E., & Masripah, S. (2016). Uji Validitas dan Reabilitas Terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan dan Pembelian. *Information System For Educators And Professionals: Journal of Information System*, 1(1), 21-34.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). *E-S-Qual: A multiple-item scale for assessing electronic service quality*. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.
- Yola, M., & Budiarto, D. (2013). Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk pada supermarket dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 12(12), 301-309.
- Yusup, F. (2018). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian kuantitatif. Tarbiyah: *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).