

Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan pada Restoran XYZ dengan Metode *Importance Performance Matrix* (IPM) dan *Customer Loyalty Index* (CLI)

MUHAMMAD ARTHA ADIWIDJANA^{1*}, YOANITA YUNIATI MUKTI¹

¹Institut Teknologi Nasional Bandung
Email: kakaartha22@gmail.com

Received 04 09 2023 | *Revised* 11 09 2023 | *Accepted* 11 09 2023

ABSTRAK

Kualitas mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap layanan yang diberikan. "XYZ" merupakan usaha yang bergerak dalam bidang kuliner berupa makanan dan minuman. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen menggunakan Importance Performance Matrix (IPM) dan mengidentifikasi tingkat loyalitas pelanggan terhadap restoran menggunakan Customer Loyalty Index (CLI). Terdapat 99 responden yang mengisi kuesioner. Nilai IPM yang didapatkan adalah nilai NIKi (importance) sebesar 5.400 dan NIKp (performance) sebesar 4.611 nilai ini berada pada skala 1 sampai 6. Nilai yang didapat menunjukan beberapa atribut yang belum sesuai dengan keinginan atau yang diharapkan pelanggan masih kurang maksimal. Nilai CLI yang didapatkan sebesar 75.976 %, nilai ini termasuk kedalam kriteria loyal dan untuk perbaikain kualitas pelayanan ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap restoran atau tetap menjaga loyalitas yang sudah ada. Hasil pemetaan diagram Importance Performance Matrix didapatkan 4 atribut yang harus ditingkatkan kualitasnya yaitu atribut A8 (Ruangan restoran yang bersih), A15 (Karyawan memberikan informasi terkait menu dengan tepat), A21 (Karyawan sigap dalam menjaga kualitas dan kecepatan pelayanan dalam kondisi ramai), dan A12 (Toilet restoran yang bersih). Sehingga penulis mengusulkan beberapa langkah yang dapat diambil oleh owner sebagai upaya peningkatan layanan restoran terhadap pelanggan salah satunya membuat standard operation procedure (SOP) mengenai kebersihan.

Kata kunci: *Importance Performance Matrix, Customer Loyalty Index*

ABSTRACT

Quality affects the level of customer satisfaction and loyalty to the services provided. "XYZ" is a business engaged in the culinary field of food and beverages. This study aims to identify the level of customer satisfaction using the Importance Performance Matrix (IPM) and identify the level of customer loyalty to the restaurant using the Customer Loyalty Index (CLI). There were 99 respondents who filled out the questionnaire. IPM value obtained is the value of NIKi (importance) of 5,400 and NIKp (performance) of 4,611 this value is on a scale of 1 to 6. The value obtained shows some attributes that are not in accordance with the wishes or expectations of customers are still less than the maximum. CLI value obtained by 75.976%, this value is included in the loyal criteria and to improve the quality of service can increase

customer loyalty to the restaurant or keep existing loyalty. The mapping results of the Importance Performance Matrix diagram obtained 4 attributes that must be improved quality attributes A8 (clean restaurant room), A15 (employees provide information related to the menu appropriately), A21 (employees spry in maintaining the quality and speed of service in crowded conditions), and A12 (clean restaurant toilets). So the author proposes several steps that can be taken by the owner as an effort to improve restaurant service to customers, one of which is to make a standard operation procedure (SOP) regarding cleanliness.

Keywords: *Importance Performance Matrix, Customer Loyalty Index*

1. PENDAHULUAN

XYZ merupakan usaha yang bergerak dalam bidang kuliner berupa makanan dan minuman. Sejak awal berdiri XYZ ini melakukan penjualan secara online melalui aplikasi gojek dan grab serta untuk offline dengan makan ditempat. Permasalahan yang terdapat di XYZ untuk layanan online adalah mendapatkan rating yang kurang memuaskan dari para konsumen di aplikasi gojek seperti produk yang tidak sesuai dengan order mendapat rating 3, kondimen makanan yang rasanya sudah masam, dll. Sedangkan untuk layanan offline atau dine in yaitu pesanan datang cukup lama karena orderan yang banyak. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut adalah metode *Importance Performance Matrix* (IPM) untuk mengetahui skala prioritas atribut kualitas pelayanan yang harus diperbaiki dan metode *Customer Loyalty Index* (CLI) untuk mengetahui seberapa besar loyalitas konsumen.

2. METODOLOGI

2.1 Kualitas Pelayanan

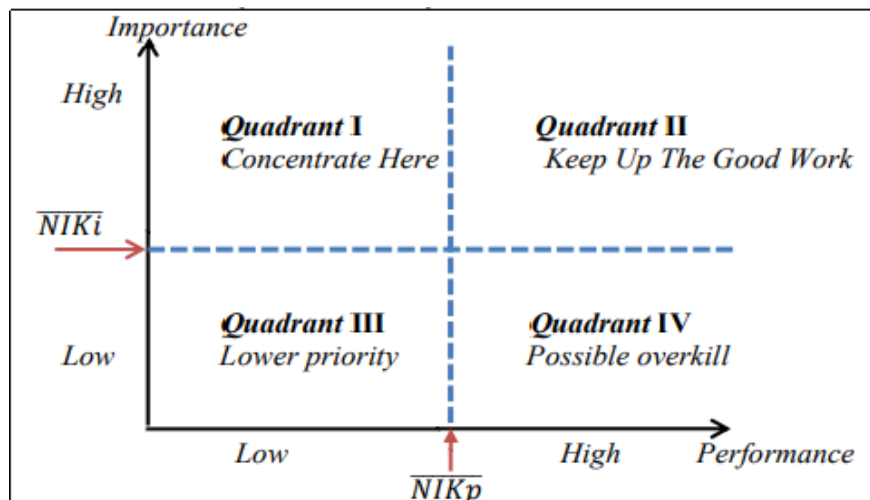
Kualitas pelayanan menurut Kotler (2019) merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan tingkat penilaian yang diharapkan. apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di artikan baik dan memuaskan. Berikut merupakan 5 dimensi kualitas Dineserv menurut Stevens et al. (1995) diantaranya tangible, reliability, responsive, assurance. empathy.

2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2009) merupakan perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang didapatkan melalui membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan ekspektasi yang diharapkan. Apabila kinerja jauh dengan yang diharapkan maka, konsumen tidak puas. Sebaliknya apabila kinerja sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan puas..

2.3 *Importance Performance Matrix* (IPM)

Metode *Importance Performance Matrix* (IPM) diperkenalkan pertama kali oleh J. A Martilla & J. C. James (1997). Metode *Importance Performance Matrix* merupakan salah satu metode peningkatan kualitas, diantaranya kualitas produk ataupun kualitas jasa. Metode ini digunakan sebagai sarana untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen. Berikut merupakan diagram untuk Metode *Importance Performance Matrix* yang dapat dilihat pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Importance Performance Matrix

1. Kuadran I (*Concentrate Here*), memuat variabel yang dianggap penting oleh pelanggan akan tetapi di kenyataanya variable ini masih belum sesuai seperti yang diharapkan (tingkat kepuasan masih rendah).
2. Kuadran II (*Keep Up The Good Work*), memuat variabel yang dianggap penting oleh pelanggan dan variabel yang dianggap penting ini sudah sesuai dengan yang dirasakan, sehingga membuat tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi.
3. Kuadran III (*Low Priority*), memuat variabel yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan kinerjanya tidak terlalu istimewa.
4. Kuadran IV (*Possible Overkill*), memuat variabel yang dianggap kurang penting oleh pelanggan akan tetapi dirasakan sudah cukup memuaskan.

2.4 Customer Loyalty Index

Customer Loyalty Index (CLI) menurut menurut Ikawati & Satlita (2011) merupakan suatu metode untuk mendapatkan hubungan antara pelayanan yang diberikan dengan loyalitas konsumen yang diharapkan. Untuk mengetahui seberapa besar tingkat loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dapat menggunakan metode *Customer Loyalty Index* (CLI). Pengukuran dengan metode ini dilakukan dengan cara pembobotan untuk setiap atribut yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Pembobotan ini didapat dari mean pada masing – masing atribut. Berikut ini merupakan perhitungan menurut (Ikawati & Satlita, 2011).

$$CLI = \frac{n=(willing\ statement) \times 100\%}{N} \quad (2.1)$$

Keterangan:

$$\begin{aligned} \text{Willing statement} &= \text{Nilai rata-rata dari setiap atribut} \\ &= \frac{\text{Jumlah dari (pelanggan yang memilih skala x nilai skala)}}{\text{Jumlah seluruh pelanggan}} \\ N &= \text{Nilai skala tertinggi yang digunakan} \end{aligned} \quad (2.2)$$

Berikut ini merupakan kriteria penilaian menurut Ikawati & Satlita (2011), dalam Wibowo, Suwarsinah, & Yuliati (2018) sebagai berikut:

1. 00,00 – 25,00 : Loyalitas tidak ada
2. 25,01 – 50,00 : Loyalitas kurang
3. 50,01 – 70,00 : Loyalitas cukup
4. 70,01 – 90,00 : Loyalitas
5. 90,01 – 100,00 : Sangat loyalitas

2.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi menurut Sugiyono (2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas serta karakteristik terbentuk yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa populasi tidak hanya jumlah objek/subjek, ataupun melingkupi karakteristik yang dimilikinya. Populasi ini tidak hanya mengenai orang biasa juga objek atau benda-benda lainnya.

2. Pengambilan sampel ini menggunakan rumus Lemeshow menurut Lemeshow (1990) karena populasi tidak diketahui berapa jumlahnya dapat menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

N = Sampel

$Z\alpha$ = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$

P = Estimasi Proporsi = 50%

Q = 1-P

L = Tingkat ketelitian = 10%

3. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan data. Teknik *sampling* yang dapat digunakan dalam penelitian menurut Sugiyono (2015) terdapat dua di antaranya *probability sampling* dan *non probability sampling*.

2.6 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data ini merupakan langkah yang utama untuk memperoleh data. Berikut ini adalah 4 macam teknik pengambilan data secara umum menurut Sugiyono (2015).

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi
4. Kuesioner

2.7 Pengujian Alat Ukur

1. Uji validitas Menurut Ghazali (2011) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut merupakan rumus uji validitas yang dapat dilihat dibawah ini.

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}} \quad (2.4)$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

x = Skor item

Y = Skor total

2. Uji reliabilitas menurut Ghazali (2011) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner akan dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Berikut merupakan rumus uji reliabilitas yang dapat dilihat dibawah ini.

$$R = \alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right) \quad (2.5)$$

Keterangan:

$r = \alpha$ = koefisien reliabilitas/ keandalan alpha Cronbach

k = jumlah item soal

Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan pada Restoran XYZ dengan Metode Importance Performance Matrix (IPM) dan Customer Loyalty Index (CLI)

$\sum Si^2$ = jumlah varians skor tiap item

St^2 = Varians total

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 n}{n} - \frac{(\sum Xt)^2}{n^2} \quad (2.6)$$

$$Si^2 = \frac{JKi}{n} - \frac{JKs}{n^2} \quad (2.7)$$

Keterangan

Si^2 = Varians tiap item

Jki = Jumlah kuadrat seluruh skor item

JKs = Jumlah kuadrat subjek

N = Jumlah responden

St^2 = Varians total

Xt = skor total

2.8 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan berdasarkan data hasil penyebaran kuesioner menggunakan metode *Importance Performance Matrix* dan *Customer Loyalty Index*. Aplikasi yang digunakan dalam mengolah data ini adalah *Software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 23. Pengolahan data ini memiliki tujuan untuk mengetahui atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki, dan akan dianalisis menggunakan *tree diagram*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil rekapitulasi data responden. Data responden yang didapat berjumlah 99 responden. Berikut merupakan atribut pertanyaan penelitian kepentingan, kepuasan, dan loyalitas.

Dimensi	Deskripsi	Item Pertanyaan	Kode Pertanyaan
Loyalitas	Komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan dalam pembelian ulang yang konsisten.	a akan memberikan rekomendasi restoran kepada teman, keluarga	A1
		aya akan datang kembali ke restoran untuk melihat produk terbaru	A2
		Saya akan datang ke restoran untuk membeli produk lagi.	A3
		Saya percaya restoran ini yang terbaik diantara kalangnya Contoh: D'besto, Ayam Bang Dava,dll.	A4
		Saya akan menjadikan Mixer Rice Box sebagai pilihan pertama ketika saya akan makan.	A5
		Saya menyukai ruangan restoran yang bersih.	A6
		Saya menyukai sikap karyawan restoran yang ramah.	A7
Tangible (Bukti Fisik)	Kemampuan perusahaan untuk menunjukan eksistensinya kepada eksternal, penampilan, dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan. Bukti fisik ini meliputi (gedung, gudang, dll) serta peralatan yang dipergunakan oleh pegawai.	Ruangan restoran yang bersih	A8
		Karyawan berpenampilan bersih dan rapi sehingga dapat menarik pelanggan.	A9
		Restoran yang menarik secara visual.	A10
		Daftar menu yang mudah dibaca oleh pelanggan.	A11
		Toilet Restoran yang bersih.	A12
		Peralatan Makanan dan minuman yang bersih	A13
		Pencahayaannya ruangan yang cukup.	A14
Reliability (Keandalan)	Kemampuan yang dipunyai oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan yang diharapkan pelanggan seperti ketepatan waktu, sikap yang simpatik, dan pelayanan sama terhadap semua pelanggan.	Karyawan memberikan informasi terkait menu dengan tepat	A15
		Karyawan tanggap dalam keluhan pelanggan.	A16
		Menu makanan yang disajikan memiliki konsistensi cita rasa.	A17
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan.	A18
		Pesanan yang disajikan sesuai order.	A19
Responsivness (Daya Tanggap)	Kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat terhadap pelanggan, serta penyampaian informasi yang jelas apabila terjadi menunggu ketika terjadi suatu hal.	Karyawan sigap dalam menjaga kualitas dan kecepatan pelayanan dalam kondisi ramai.	A20
		Karyawan dapat menangani permintaan khusus pelanggan.	A21
Assurance (Jaminan)	Kesopansantunan, pengetahuan, dan kemampuan yang perlu dimiliki karyawan perusahaan untuk menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan.	Karyawan dapat memberikan rasa aman dan nyaman kepada pengunjung.	A22
		Karyawan mampu menjelaskan daftar menu.	A23
Empathy (empati)	Kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang tulus terhadap pelanggan dalam upaya memahami yang diinginkan oleh pelanggan.	Karyawan Melayani pelanggan dengan sabar dan ramah.	A24
		Karyawan selalu mementingkan keinginan pelanggan	A25
		Karyawan mengucapkan selamat datang, terimakasih, dan permintaan maaf apabila ada kesalahan pada pelanggan.	A26

Hasil rekapitulasi data responden. Data responden yang didapat berjumlah 99 responden. Berikut merupakan atribut pertanyaan penelitian kepentingan, kepuasan, dan loyalitas.

Dimensi	Deskripsi	Item Pertanyaan	Kode Pertanyaan
Loyalitas	Komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan dalam pembelian ulang yang konsisten.	a akan memberikan rekomendasi restoran kepada teman, keluarga	A1
		aya akan datang kembali ke restoran untuk melihat produk terbaru	A2
		Saya akan datang ke restoran untuk membeli produk lagi.	A3
		Saya percaya restoran ini yang terbaik diantara kalangnya Contoh: D'besto, Ayam Bang Dava,dll.	A4
		Saya akan menjadikan Mixer Rice Box sebagai pilihan pertama ketika saya akan makan.	A5
		Saya menyukai ruangan restoran yang bersih.	A6
		Saya menyukai sikap karyawan restoran yang ramah.	A7
Tangible (Bukti Fisik)	Kemampuan perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada eksternal, penampilan, dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan. Bukti fisik ini meliputi (gedung, gudang, dll) serta peralatan yang dipergunakan oleh pegawai.	Ruangan restoran yang bersih	A8
		Karyawan berpenampilan bersih dan rapi sehingga dapat menarik pelanggan.	A9
		Restoran yang menarik secara visual.	A10
		Daftar menu yang mudah dibaca oleh pelanggan.	A11
		Toilet Restoran yang bersih.	A12
		Peralatan Makanan dan minuman yang bersih	A13
		Pencahayaannya ruangan yang cukup.	A14
Reliability (Keandalan)	Kemampuan yang dipunyai oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan yang sesuai secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan yang diharapkan pelanggan seperti ketepatan waktu, sikap yang simpatik, dan pelayanan sama terhadap semua pelanggan.	Karyawan memberikan informasi terkait menu dengan tepat	A15
		Karyawan tanggap dalam keluhan pelanggan.	A16
		Menu makanan yang disajikan memiliki konsistensi cita rasa.	A17
		Harga yang ditawarkan sesuai dengan pelayanan.	A18
		Pesanan yang disajikan sesuai order.	A19
Responsivness (Daya Tanggap)	Kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat terhadap pelanggan, serta penyampaian informasi yang jelas apabila terjadi menunggu ketika terjadi suatu hal.	Karyawan sigap dalam menjaga kualitas dan kecepatan pelayanan dalam kondisi ramai.	A20
		Karyawan dapat menangani permintaan khusus pelanggan.	A21
Assurance (Jaminan)	Kesopansantunan, pengetahuan, dan kemampuan yang perlu dimiliki karyawan perusahaan untuk menimbulkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan.	Karyawan dapat memberikan rasa aman dan nyaman kepada pengunjung.	A22
		Karyawan mampu menjelaskan daftar menu.	A23
Empathy (empati)	Kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang tulus terhadap pelanggan dalam upaya memahami yang diinginkan oleh pelanggan.	Karyawan melayani pelanggan dengan sabar dan ramah.	A24
		Karyawan selalu mementingkan keinginan pelanggan	A25
		Karyawan mengucapkan selamat datang, terimakasih, dan permintaan maaf apabila ada kesalahan pada pelanggan.	A26

Gambar 3.1 Atribut Pertanyaan

3.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan berdasarkan data kuesioner yang didapatkan ketika melakukan penelitian. Pengujian ini dilakukan sebanyak 99 data menggunakan *Software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 23. Uji validitas ini membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel} . Jika nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} maka atribut dikatakan valid. Nilai r_{hitung} ini didapatkan melalui *software* SPSS 23. Nilai yang didapat dari r_{tabel} sebesar (0.198) didapatkan dari sampel (N) = 99, dengan $df=N-2=97$, nilai alpha sebesar 5%. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut nilai $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} artinya uji validitas dinyatakan valid.

3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini dilakukan dengan cara menghitung *Alpha Cronbach*. Ketentuan untuk nilai *Alpha Cronbach* ini adalah lebih besar dari sama dengan 0,70. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas yang dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.975	19

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan *Software Statistical Product and Service Solution* (SPSS) 23 sebesar 0.975 hasil ini menunjukkan bahwa 19 pertanyaan sudah reliabel.

3.3 Customer Loyalty Index

1. Tabel Data Mentah Tingkat Loyalitas

Berikut merupakan contoh Tabel contoh hasil data mentah tingkat loyalitas yang dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Contoh Hasil Data Mentah Tingkat Loyalitas

Responden	Item Pertanyaan Kuesioner (Tingkat loyalitas)						
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7
1	4	4	4	4	4	5	5
2	5	5	5	5	5	5	4
3	5	5	5	4	4	4	5
...	...	...	...	...	...	...	...
99	5	5	6	5	5	5	5

2. Tabel Data *Willing Statement*

Berikut ini merupakan Tabel data *willing statement* yang dapat dilihat pada Tabel 3.3

Tabel 3.3 Data *Willing Statement*

Item Pertanyaan Kuesioner (Tingkat Loyalitas)								
No Atribut	1	2	3	4	5	6	n	<i>Willing Statement</i>
A1	0	0	2	35	48	14	99	4.747
A2	0	0	4	49	39	7	99	4.495
A3	0	0	3	42	43	11	99	4.626
A4	1	0	10	57	27	4	99	4.222
A5	1	0	12	51	28	7	99	4.273
A6	0	1	5	29	32	32	99	4.899
A7	0	1	1	34	27	36	99	4.970

Contoh perhitungan :

$$\begin{aligned} \text{Willing statement A1} &= \frac{(0*1)+(0*2)+(2*3)+(35*4)+(48*5)+(14*6)}{99} \\ &= 4.747 \end{aligned}$$

3. Tabel Perhitungan *Customer Loyalty Index*

Berikut ini merupakan Tabel perhitungan *Customer Loyalty Index* yang dapat dilihat pada Tabel 3.4

Tabel 3.4 Perhitungan *Customer Loyalty Index*

Indikator Loyalitas	<i>Willing statement</i>	CLI %
A1	4.747	78.333
A2	4.495	74.167
A3	4.626	76.333
A4	4.222	69.667
A5	4.273	70.500
A6	4.899	80.833
A7	4.970	82.000
Total		75.976

Contoh perhitungan A1 :

$$\begin{aligned} \text{CLI} &= \frac{4.747 \times 99}{6} \\ &= 78.333 \end{aligned}$$

4. Analisis Hasil Perhitungan *Customer Loyalty Index*

Berdasarkan hasil perhitungan *Customer Loyalty Index* di penelitian ini terdapat tujuh atribut loyalitas dan memiliki skala ordinal tertinggi adalah 6. Nilai *Customer Loyalty Index* pada atribut (A1) sebesar 78.333%. Nilai *Customer Loyalty Index* pada atribut (A2) sebesar 74.167%. Nilai *Customer Loyalty Index* pada atribut (A3) sebesar 76.333%. Nilai *Customer*

Loyalty Index pada atribut (A4) sebesar 69.667%. Nilai *Customer Loyalty Index* pada atribut (A5) sebesar 70.500%. Nilai *Customer Loyalty Index* pada atribut (A6) sebesar 80.833%. Nilai *Customer Loyalty Index* pada atribut (A7) sebesar 82.000%. Hasil ini jika dirata-ratakan akan bernilai 75.976 %.

Berikut ini merupakan kriteria penilaian *Customer Loyalty Index* sebagai berikut:

1. 00,00 – 25,00 : Loyalitas tidak ada
2. 25,01 – 50,00 : Loyalitas kurang
3. 50,01 – 70,00 : Loyalitas cukup
4. 70,01 – 90,00 : Loyalitas
5. 90,01 – 100,00 : Sangat loyalitas

Berdasarkan penilaian diatas kriteria nilai *Customer Loyalty Index* sebesar 75.976 %. Termasuk kedalam kriteria 70,01 – 90,00 yang artinya pelanggan loyal terhadap XYZ.

3.4 Importance Performance Matrix

1. Tabel Data Mentah Tingkat Kepentingan

Data mentah tingkat kepentingan dapat dilihat pada tabel 3.5.

Tabel 3.5 Data Mentah Tingkat Kepentingan

Responden	Item Pertanyaan Kuesioner (Tingkat Kepentingan)							
	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A...	A26
1	6	5	6	5	6	6	...	4
2	4	4	4	4	4	4	...	4
3	6	6	6	6	6	6	...	6
...	...	...	...	...	...	...	...	...
99	6	6	6	6	6	6	...	6

2. Tabel Data Mentah Tingkat Kepuasan

Data mentah tingkat kepuasan dapat dilihat pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6 Data Mentah Tingkat Kepuasan

Responden	Item Pertanyaan Kuesioner (Tingkat Kepuasan)							
	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A...	A26
1	4	4	4	4	3	5	...	6
2	3	3	3	4	3	3	...	3
3	5	5	5	6	4	5	...	5
...	...	...	...	...	...	...	...	...
99	6	6	5	5	5	5	...	5

3. Perhitungan Nilai Indeks Kinerja Tingkat Kepentingan atau *Importance* (NIKi)

Berikut merupakan Tabel perhitungan Nilai Indeks Kinerja Tingkat Kepentingan atau *Importance* (NIKi) yang dapat dilihat pada Tabel 3.7

Tabel 3.7 Perhitungan Nilai Indeks Kinerja Tingkat Kepentingan atau Importance (NIKi)

Item Pertanyaan Kuesioner (Tingkat Kepentingan)									
No Atribut	1	2	3	4	5	6	n	NIKi	<i>NIKi</i>
A8	1	0	2	12	15	69	99	5.495	
A9	0	0	6	18	18	57	99	5.273	
A10	0	1	5	10	32	51	99	5.283	
A11	0	0	5	11	30	53	99	5.323	
A12	0	0	3	10	21	65	99	5.495	
A13	1	0	3	8	17	70	99	5.525	

Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan pada Restoran XYZ dengan Metode Importance Performance Matrix (IPM) dan Customer Loyalty Index (CLI)

A14	0	1	2	14	28	54	99	5.333
A15	1	0	4	8	23	63	99	5.434
A16	0	3	2	10	23	61	99	5.384
A17	1	1	3	8	27	59	99	5.384
A18	0	1	2	8	23	65	99	5.505
A19	0	2	2	7	30	58	99	5.414
A20	0	0	3	10	27	59	99	5.434
A21	0	0	9	8	30	52	99	5.263
A22	1	0	2	14	24	58	99	5.364
A23	0	1	2	9	20	67	99	5.515
A24	0	0	4	8	23	64	99	5.485
A25	0	1	3	12	30	53	99	5.323
A26	0	2	3	11	23	60	99	5.374

5.400

Contoh perhitungan A8 :

$$\begin{aligned}
 \text{NIKI} &= \frac{((1*1)+(2*0)+(3*2)+(4*12)+(5*15)+(6*69))}{99} \\
 &= 5.495 \\
 \overline{NIkp} &= \frac{5.495+5.273+5.283+\dots+5.374}{19} \\
 &= 5.400
 \end{aligned}$$

4. Perhitungan Nilai Indeks Kinerja Tingkat Kepuasan atau *Performance* (NIKp) Berikut merupakan Tabel perhitungan Nilai Indeks Kinerja Tingkat Kepuasan atau *Performance* yang dapat dilihat pada Tabel 3.8

Tabel 3.8 Perhitungan Nilai Indeks Kinerja Tingkat Kepuasan atau *Performance* (NIKp)

Item Pertanyaan Kuesioner (Tingkat Kepuasan)								
No Atribut	1	2	3	4	5	6	n	NIKp
A8	0	0	5	47	29	18	99	4.606
A9	0	2	5	45	34	13	99	4.515
A10	0	2	9	52	28	8	99	4.313
A11	0	0	6	51	26	16	99	4.525
A12	0	1	11	43	34	10	99	4.414
A13	0	2	2	35	42	18	99	4.727
A14	0	1	4	48	37	9	99	4.495
A15	0	1	7	42	33	16	99	4.566
A16	0	2	6	43	39	9	99	4.475
A17	1	2	5	39	35	17	99	4.576
A18	0	2	4	33	40	20	99	4.727
A19	0	2	2	31	37	27	99	4.859
A20	0	1	6	46	30	16	99	4.545
A21	0	1	7	42	38	11	99	4.515
A22	0	1	4	44	35	15	99	4.596
A23	1	0	2	33	42	21	99	4.798
A24	0	0	5	30	48	16	99	4.758
A25	0	1	6	33	46	13	99	4.646
A26	0	0	4	23	46	26	99	4.949

4.611

Contoh perhitungan A8 :

$$\begin{aligned}
 NIK_i &= \frac{((1*0)+(2*0)+(3*5)+(4*47)+(5*29)+(6*18))}{99} \\
 &= 4.606 \\
 \overline{NIk_p} &= \frac{4.596+4.515+4.313+\dots+4.949}{19} \\
 &= 4.611
 \end{aligned}$$

5. Pemetaan *Importance Performance Matrix*

Berikut merupakan Tabel pemetaan *Importance Performance Matrix* dapat dilihat pada Tabel 3.9

Tabel 3.9 Pemetaan *Importance Performance Matrix*

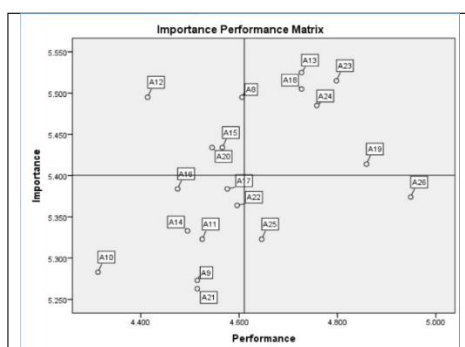
Kode Atribut	NIKi	NIKp
A8	5.495	4.606
A9	5.273	4.515
A10	5.283	4.313
A11	5.323	4.525
A12	5.495	4.414
A13	5.525	4.727
A14	5.333	4.495
A15	5.434	4.566
A16	5.384	4.475
A17	5.384	4.576
A18	5.505	4.727
A19	5.414	4.859
A20	5.434	4.545
A21	5.263	4.515
A22	5.364	4.596
A23	5.515	4.798
A24	5.485	4.758
A25	5.323	4.646
A26	5.374	4.949
Rata-rata	5.400	4.611

Contoh Perhitungan :

$$\begin{aligned}
 \overline{NIk_p} &= \frac{5.495+5.273+5.283+\dots+5.374}{19} \\
 &= 5.400 \\
 \overline{NIk_p} &= \frac{4.596+4.515+4.313+\dots+4.949}{19} \\
 &= 4.611
 \end{aligned}$$

6. Analisis hasil pemetaan diagram *Importance Performance Matrix*

Berikut merupakan diagram *Importance Performance Matrix* yang dapat dilihat pada Gambar 3.2



Gambar 3.2 Diagram *Importance Performance Matrix*

3.5 Analisis

Pengolahan data di Bab IV, didapatkan nilai NIK rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) dan kepuasan (*performance*) yang dapat dilihat pada tabel 3.10

Tabel 3.10 Rata-Rata Nilai Indeks

NIK	Importance	Performance
	5.400	4.611

Nilai ini menunjukkan terdapat beberapa atribut yang belum sesuai dengan keinginan atau yang diharapkan pelanggan dirasa masih kurang maksimal. Oleh sebab itu nilai tingkat kepuasan lebih kecil daripada tingkat kepentingan.

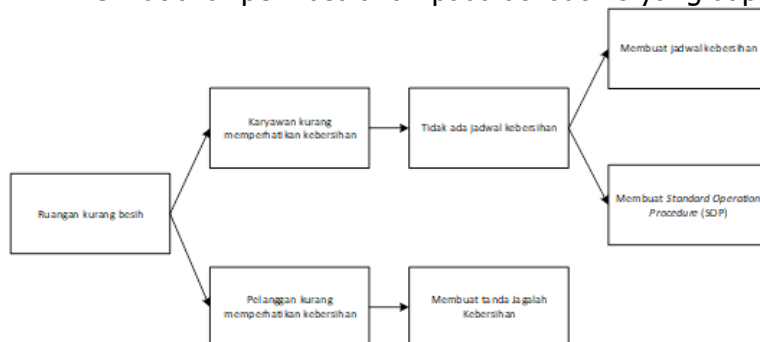
3.6 Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan

Hasil atribut yang perlu diperbaiki terlebih dahulu adalah atribut yang terdapat kuadran I. Atribut yang berada di Kuadran I ini dianggap penting bagi pelanggan tapi belum sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga menghasilkan tingkat kepuasan yang cukup rendah. Berikut ini merupakan hasil dari Atribut Kuadran I yang dapat dilihat pada Tabel 3.11

Tabel 3.11 Hasil Atribut Kuadran I

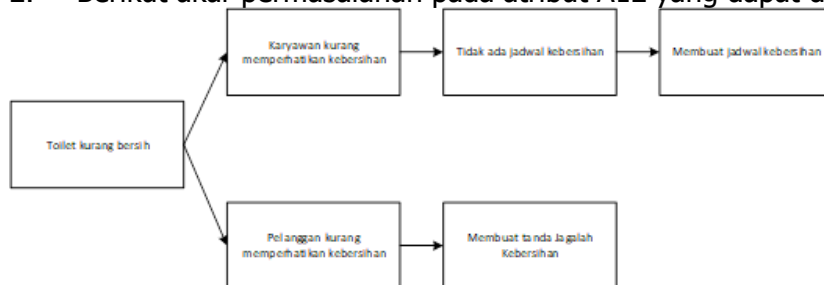
No Atribut	Indikator
A8	Ruangan restoran yang bersih
A12	Toilet restoran yang bersih
A15	Karyawan memberikan informasi terkait menu dengan tepat
A20	Karyawan sigap dalam menjaga kualitas dan kecepatan pelayanan dalam kondisi ramai

- Berikut akar permasalahan pada atribut A8 yang dapat dilihat pada Gambar 3.3



Gambar 3.3 Atribut A8

- Berikut akar permasalahan pada atribut A12 yang dapat dilihat pada Gambar 3.4



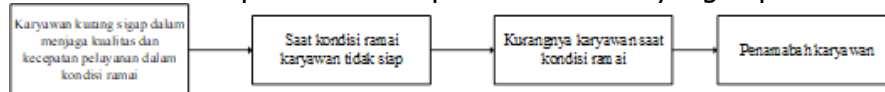
Gambar 3.4 Atribut A12

- Berikut akar permasalahan pada atribut A15 yang dapat dilihat pada Gambar 3.5



Gambar 3.5 Atribut A15

4. Berikut akar permasalahan pada atribut A21 yang dapat dilihat pada Gambar 3.6



Gambar 3.6 Atribut A21

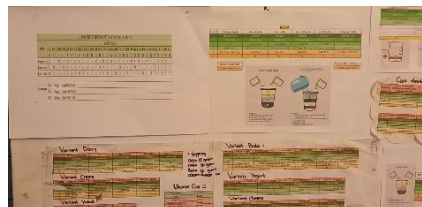
Berikut merupakan solusi dari usulan peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan atribut yang perlu diperbaiki menggunakan 5w+1h yang dapat dilihat pada Gambar 3.7

Atribut A8(Ruangan Restoran Kurang Bersih)	
What	Membertihakukan usulan pembuatan jadwal piket kebersihan, tanda jagalah kebersihan, dan SOP kebersihan.
When	Usulan ini diberitahukan setelah pengolahan data laporan selesai dilakukan.
Where	Usulan dilakukan di XYZ
Who	Penulis memberitahukan usulan dan perusahaan yang menerima usulan.
Why	Diperlukan perbaikan ini agar kepuasan pelanggan lebih meningkat.
How	Permasalahan ini dapat diperbaiki dengan salah satunya membuat jadwal piket kebersihan, tanda jagalah kebersihan, dan SOP kebersihan.
Atribut A15 (Karyawan memberikan informasi terkait menu dengan tepat)	
What	Membertihakukan usulan karyawan menghafalkan informasi menu
When	Usulan ini diberitahukan setelah pengolahan data laporan selesai dilakukan.
Where	Usulan dilakukan di XYZ
Who	Penulis memberitahukan usulan dan perusahaan yang menerima usulan.
Why	Diperlukan perbaikan ini agar kepuasan pelanggan lebih meningkat.
How	Permasalahan ini dapat diperbaiki dengan salah satunya karyawan menghafalkan informasi menu.
Atribut A21 (Karyawan sigap dalam menjaga kualitas dan kecepatan pelayanan dalam kondisi ramai)	
What	Membertihakukan usulan penambahan karyawan <i>fulltime</i> ataupun <i>parttime</i> .
When	Usulan ini diberitahukan setelah pengolahan data laporan selesai dilakukan.
Where	Usulan dilakukan di XYZ
Who	Penulis memberitahukan usulan dan perusahaan yang menerima usulan.
Why	Diperlukan perbaikan ini agar kondisi restoran saat ramai tetap sigap.
How	Permasalahan ini dapat diperbaiki dengan salah satunya karyawan <i>fulltime</i> ataupun <i>parttime</i>
Atribut A12 (Toilet restoran yang bersih)	
What	Membertihakukan usulan pembuatan jadwal piket kebersihan dan tanda jagalah kebersihan toilet.
When	Usulan ini diberitahukan setelah pengolahan data laporan selesai dilakukan.
Where	Usulan dilakukan di XYZ
Who	Penulis memberitahukan usulan dan perusahaan yang menerima usulan.
Why	Diperlukan perbaikan ini agar toilet restoran tetap terjaga kebersihannya
How	Permasalahan ini dapat diperbaiki dengan salah satunya pembuatan jadwal piket kebersihan dan tanda jagalah kebersihan toilet.

Gambar 3.6 Solusi Keseluruhan Atribut Perbaikan

3.7 Bukti Implementasi

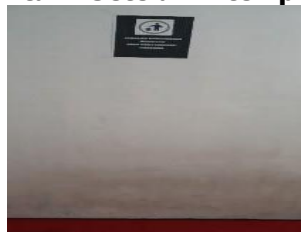
1. Membuat jadwal kebersihan untuk karyawan, dan membuat tanda jagalah kebersihan ruangan.



Gambar 3.7 Penempelan Jadwal Kebersihan Karyawan



Gambar 3.8 Ruangn Makan Lantai 2 Setelah Ditempelkan Tanda Jagalah Kebersihan



Gambar 3.9 Ruangn Makan Lantai 1Setelah Ditempelkan Tanda Jagalah Kebersihan

2. Membuatkan jadwal piket kebersihan untuk karyawan dan membuat tanda jagalah kebersihan toilet.



Gambar 3.10 Toilet Setelah Ditempelkan Tanda Jagalah Kebersihan Toilet

4. KESIMPULAN

1. Nilai *Customer Loyalty Index* sebesar 75.976 %. Termasuk kedalam kriteria 70,01 –90,00 yang artinya pelanggan loyal terhadap XYZ.
2. Nilai Indeks Kinerja Tingkat Kepentingan atau *Importance (NIK_i)* didapatkan sebesar 5.400 dan untuk Nilai Indeks Kinerja Tingkat Kepuasan atau *Performance (NIK_p)* didapatkan sebesar 4.611. Artinya tingkat kepentingan yang diterima oleh pelanggan lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kepuasannya.
3. Berdasarkan hasil pengumpulan dan pengolahan terdapat 2 usulan yang dapat diimplementasikan, pertama atribut A8 (Ruangan restoran yang bersih) membuat jadwal piket kebersihan dan membuat tanda jagalah kebersihan ruangan. Kedua atribut A12 (Toilet yang bersih) membuat tanda jagalah kebersihan toilet.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ikawati, D., & Satlita, L. (2011). Penilaian Prestasi kerja Melalui SKP. Penilaian Prestasi Kerja Melalui Sasaran Kerja Pegawai Pada Badan Kepegawaian Daerah Kota Yogyakarta, 3.
- Irawan. (2008). *Membedah strategi Kepuasan pelanggan*. Jakarta: Gramedia.
- Irianto. (2015). *Statistik (Konsep Dasar, Aplikasi Dan Pengembangannya)*. Bandung: Kencana.
- Lemeshow. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. World Health.
- Corporate Image And Service Quality On Stasisfaction And Loyalty Of The Kso Scisi Customers. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, , 76.
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 924.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Martilla, J., & James, J. (1977). Importance-Performance Analysis: An easily applied technique for measuring attribute importance and *performance* can further the development of effective marketing programs. In *Journal of Marketing* (Vol. 41, Issue 1, pp. 77–79).