*SOSCIED Vol. 6 No.2 November 2023*
*p-ISSN : 2622-8866*
*e-ISSN : 2721-9550*

# ANALISIS DAN PRIORITAS PERBAIKAN KUALITAS LAYANAN PADA ROTI DANI BAKERY DENGAN MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL, IPA, INDEKS PGCV*

# ANALYSIS AND PRIORITIES FOR IMPROVING SERVICE QUALITY AT DANI BAKERY USING THE SERVQUAL METHOD, IPA, PGCV INDEX

**Arthur Hetharia**[1]

[1]SMKS Teknik Industri Yatis,
Jl. Arteri Malanu, Sorong,
Indonesia
artheth@gmail.com

***ABSTRACT***

*Based on the results of initial interviews with Dani Bakery, it is known that the decline in turnover over the last 5 years of around 50% was due to the Covid-19 pandemic and also the increasing number of competitors in Sorong Regency and Sorong City, totaling 11 bakery businesses so that consumers have many alternatives to choose from buy quality bread. Therefore, measuring the level of service quality is very necessary to determine the gap between the perceptions and expectations of Dani Bakery customers in order to improve the quality of service of Dani Bakery Bread. The method used is the Servqual method to determine the level of service quality, Importance-Performance Analysis and Potential Gain in Customer Value are used to determine service improvement priorities. The number of respondents in this study was 93 respondents and to collect data the researchers used convenience sampling or accidental sampling techniques. Based on the calculation results of the service quality dimension attributes, the average Servqual score is negative (-0,499), which means that the service quality at Dani Bakery is perceived as poor, while the main priority of service improvement at IPA is in quadrant A based on the PGCV index value, namely in the attributes P11-E11 (long-lasting products) with a PGCV value of 7,430, attributes P12-E12 (delicious taste) with a PGCV value of 6,743 and attributes P2-E2 (flavor variants already represent customer desires) with a PGCV value of 5,419.*

**Keywords** : *Servqual, IPA, PGCV Index*

## 1. PENDAHULUAN

Selama masa pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia, industri makanan dan minuman tetap mengalami pertumbuhan dan mampu bertahan pada masa pandemic Covid-19 meskipun angka pertumbuhannya melambat sebesar 2,54% pada tahun 2021 dibanding tahun 2020 sebesar 1,58%. [1]

Pertumbuhan juga dirasakan pada Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat dengan pertumbuhan dari sektor industri pengolahan termasuk industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan pada tahun 2020 sebesar 1,68% dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar -0,87%, sedangkan data Persentase Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas makanan dan minuman jadi dengan pengeluaran per kapita tertinggi sebesar 10,41% dibandingkan dengan komoditas lain, dari data tersebut industri makanan dan minuman merupakan suatu peluang usaha yang sangat menguntungkan dan memiliki prospek yang sangat baik untuk berkembang, sudah terbukti pada saat mengalami masa pandemi Covid-19 industri makanan dan minuman mampu bertahan dalam kondisi yang sulit. [2]

Roti Dani Bakery yang berlokasi pada Jalan Apel, Kecamatan Aimas, Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat merupakan salah satu usaha kecil dan menengah yang memproduksi roti dengan berbagai varian rasa. Roti Dani Bakery mengalami rata-rata penurunan omset untuk 5 tahun terakhir sebesar 50% (Sumber: Roti Dani Bakery). Penurunan omset juga dipengaruhi oleh pandemic covid-19 dan semakin banyaknya pesaing pada Kabupaten Sorong dan Kota Sorong, sehingga peningkatan kualitas layanan sangat perlu untuk ditingkatkan. Sebanyak 11 usaha roti yang terdapat pada Kabupaten Sorong dan Kota Sorong (Sumber: penulis, diolah), Sehingga konsumen memiliki banyak alternatif pemilihan produk roti. Disamping harga dari produk roti dani bakery, lokasi roti dani bakery, promosi

yang dilakukan oleh roti dani bakery, kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang sangat penting untuk ditingkatkan agar dapat meningkatkan tingkat kepuasan konsumen akan produk dari roti dani bakery.

Kotler dan Keller menjelaskan bahwa kualitas jasa atau layanan merupakan keseluruhan karakteristik yang terdapat dalam sebuah produk dan jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen.[3]

Kualitas layanan yang buruk akan berdampak menurunnya pendapatan yang diterima oleh roti dani bakery, akibatnya konsumen tidak puas dan tidak membeli produk dari roti dani bakery. Pada umumnya kualitas bersifat subjektif, sehingga masing-masing individu mempunyai perspektif kualitas yang berbeda-beda. Akan tetapi untuk mengetahui kebutuhan konsumen dari mayoritas terhadap kualitas layanan maka dilakukan survey terhadap konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen roti dani bakery.

Survey yang dilakukan untuk mengetahui kebutuhan konsumen terdiri dari atribut-atribut berdasarkan dimensi kualitas layanan, sehingga untuk mengukur tingkat kualitas layanan berdasarkan atribut-atribut dan juga prioritas perbaikan kualitas layanan yang harus dilakukan agar terciptanya kepuasan konsumen maka pada penelitian ini digunakan metode service quality (servqual), importance – performance analysis (IPA) dan indeks potential gain in customer value (PGCV).

Berdasarkan berbagai permasalahan yang telah dijelaskan, maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimanakah tingkat kualitas layanan dari Roti Dani Bakery kepada pelanggan berdasarkan atribut-atribut dari dimensi kualitas layanan, bagaimana menentukan atribut-atribut dari dimensi kualitas layanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, dan atribut-atribut dari dimensi kualitas layanan apa saja yang harus segera diperbaiki berdasarkan nilai potensial kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk dapat mengetahui tingkat kualitas layanan yang diberikan oleh Roti Dani Bakery berdasarkan atribut dimensi kualitas layanan yang dipersepsikan dan diharapkan dari pelanggan roti dani bakery, menentukan atribut-atribut dari dimensi kualitas layanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, dan menentukan artibut-atribut dari dimensi kualitas layanan yang menjadi prioritas perbaikan pada kualitas layanan Roti Dani Bakery berdasarkan nilai potensial kepuasan pelanggan. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai masukan dan evaluasi bagi pihak Roti Dani Bakery untuk dapat mengetahui tingkat kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen, sehingga pihak Roti Dani Bakery dapat melakukan peningkatan dan perbaikan kualitas layanan berdasarkan atribut-atribut dimensi kualitas layanan yang menjadi prioritas untuk diperbaiki agar kepuasan dari konsumen Roti Dani Bakery dapat terwujud.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### Defenisi Kualitas

Banyak para ahli mengemukakan konsep mengenai kualitas, salah satunya Armand Vallin Feigenbaum dari General System Company, Inc tahun yang menyatakan bahwa *"Product and service quality can be defined as the total composite product and service characteristics of marketing engineering, manufacture, and maintenance through which the product and service in use will meet the expectations of customer"*.[7]

Sedangkan pengertian kualitas menurut Goetsch dan Davis yaitu sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas produk atau jasa terdiri atas dua yaitu kualitas desain dan kualitas kesesuaian (conformance quality).[4]

Dari beberapa penjelasan konsep mutu maka disimpulkan bahwa kualitas mempunyai tiga pengertian yaitu pemenuhan atau pemuasan berdasarkan keinginan konsumen, kesesuaian terhadap standar atau tolok ukur yang ditetapkan serta harga yang terjangkau. [7]

**Kualitas Jasa Atau Layanan (Service Quality)**

Menurut Lewis & Boom "*service quality is a measure of how well the service level delivered matches customer expectations. Delivering quality service means conforming to customer expectations on a consistent basis*".[5]

Menurut Sunyoto[6] kualitas atau mutu industri jasa pelayanan merupakan "Suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku ditempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen".

Menurut Parasuraman[4] ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu layanan yang diharapkan *(Expected Service)* dan layanan yang dirasakan atau dipersepsikan *(Perceived Service)*.

Model *Servqual (Service Quality)* merupakan salah satu model yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeitmhamk dan Berry sering juga dikenal dengan istilah *Gap Analysis Model*. Pengunaan dimensi Servqual sebagai kerangka perencanaan dan analisis strategik untuk memuaskan pelanggan sesuai dengan harapan, maka dalam riset selanjutnya Parasuraman, Zeithaml dan Berry[8] mengemukakan 5 dimensi *Servqual* yaitu *tangibles* (fisik) merupakan aspek fisik yang dimiliki oleh perusahaan untuk melayani konsumen, *reliability* (keandalan) merupakan kemampuan perusahaan untuk memenuhi janji kepada pelanggannya, *responsiveness* (ketanggapan) merupakan bentuk reaksi yang dilakukan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan, *assurance* (jaminan) merupakan bentuk janji yang diberikan oleh perusahaan pada pelanggan, *emphaty* (empati) merupakan seuatu bentuk perhatian yang diberikan oleh perusahaan ke pelanggan secara tulus dan ikhlas. [8]

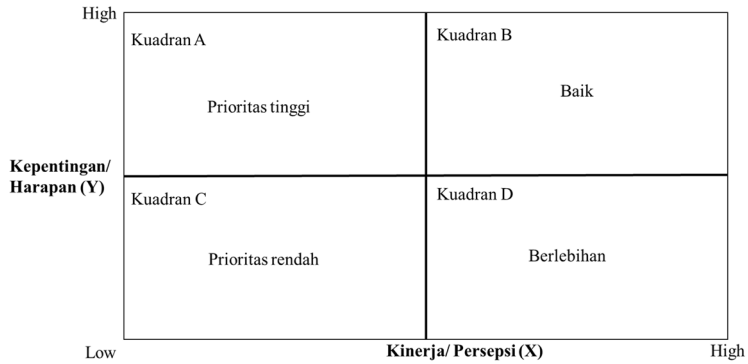
Model servqual menganalisis kesenjangan (gap) antara dua variable pokok yakni layanan yang diharapkan (expected service) dan layanan yang dipersepsikan (perceived service). Untuk menentukan skor *Servqual* Zeithaml, et.al.[4] merumuskannya skor Servqual = skor persepsi – skor harapan. Apabila perceived service sesuai dengan expected service (nilai gap = 0), maka kualitas layanan bersangkutan akan dipersepsikan baik. Jika perceived service melebihi expected service, maka kualitas layanan dipersepsikan ideal atau memuaskan (nilai gap positif). Sebaliknya apabila perceived service lebih jelek dibandingkan expected service, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk (nilai gap negatif).[4]

Maka baik tidaknya kualitas sangatlah ditentukan oleh kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya.

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

Teknik *Importance-Performance Analysis* (IPA) pertama kali dikemukan oleh Martilla & James (1977) yang dipublikasikan dalam *Journal of marketing*. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan *(perceived performance)* pada masing-masing atribut. Kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja akan dianalisis pada *Importance-Performance Analysis Matrix*. Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, dimana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total.[4]

Pada teknik *Importance-Performance Analysis* (IPA) istilah expectation sebaiknya diganti dengan importance atau tingkat kepentingan menurut persepsi pelanggan. [9]




**Gambar 1.** Diagram *Importance-Performance Matrix*

Kuadran A, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi dalam kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai yang diharapakan (tingkat kepuasan konsumen masih sangat rendah). Kuadran B, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dan atribut-atribut yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakan sehingga tingkat kepuasan relatif lebih tinggi. Kuadran C, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya kurang istimewa. Kuadran D, wilayah yang memuat atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan berlebihan.[10]

### *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*

Alat pengukur kepuasan pelanggan secara kuantitatif sangat dibutuhkan dalam rangka survey kepuasan pelanggan. Menurut Hom (1997) Indeks *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) adalah sebuah peralatan yang sering digunakan dalam metode analisa pemasaran. Indeks PGCV dapat menyediakan masukan kuantitatif untuk spektrum yang luas dari sebuah analisis strategis. Dalam analisa PGCV juga melibatkan tingkat performansi (*Performance*) dan kepentingan (*Importance*), dapatnya pihak manajemen juga dapat membangun suatu survey yang dapat mengukur dua hal yang penting yaitu persepsi konsumen dari tingkat kepentingan dari suatu pelayanan dan persepsi konsumen atas tingkat performansi / kepuasan dari suatu pelayanan. Setelah melakukan pemetaan grafik *Importance dan Performance* dari setiap kriteria variabel, maka selanjutnya adalah melakukan perhitungan indeks PGCV. Indeks PGCV terdapat dua faktor yang paling penting pada setiap dimensi atribut layanan yaitu *Achieve Customer Value* (*ACV*) dan *Ulthimathy Desire Customer Value* (*UDCV*). Nilai *Achieve Customer Value* (*ACV*) didapatkan dengan mengalikan nilai tingkat kepentingan *(Importance)* dengan nilai tingkat kinerja *(Performance)*. Untuk mendapatkan nilai *Potential Gain In Customer*, maka nilai *Ulthimathy Desire Customer Value* (*UDCV*) dikurangi dengan nilai *Achieve Customer Value* (*ACV*) (Hom, 1997). [11]

### Penelitian Yang Relevan

Berikut ini merupakan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

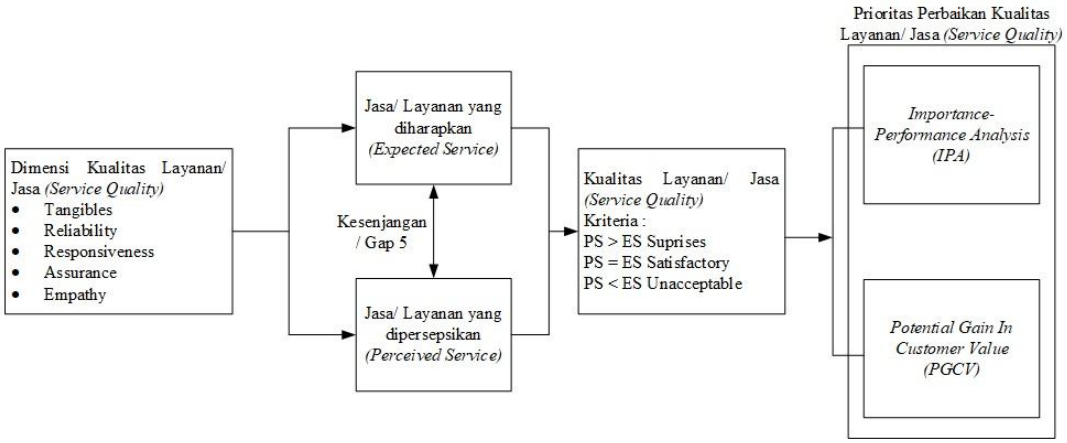
Penelitian yang dilakukan oleh Nyoman Krismonda Wirawan, Sri Indriani, Kiswandono dengan judul penelitian "Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Superindo Tlogomas Menggunakan Metode PGCV (Potential Gain In Customer Value)". Hasil dari penelitian ini menunjukan nilai indeks PGCV yang tertinggi, 3 prioritas utama untuk ditingkatkan kualitas layanannya adalah atribut (Q7) karyawan tanggap dalam melakukan bantuan dengan nilai PGCV sebesar 4.605, dan nilai gap sebesar -0.458, (Q8) karyawan cepat dalam melakukan pelayanan dengan nilai PGCV 4.560 dan nilai gap sebesar -0.422, dan atribut (Q11) kemudahan mencari karyawan ketika membutuhkan bantuan dengan nilai PGCV 4.348, dan nilai gap -0.361. Ketiga atribut tersebut juga masuk ke dalam kuadran 2 (*concentrate here)* pada diagram IPA. [12]

Penelitian yang dilakukan oleh Nesya Putri Ardianti, Minto Waluyo dengan Judul Penelitian "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode CSI Dan PGCV Di Toko XYZ". Hasil dari penelitian ini menunjukan tingkat kepuasan pelanggan Toko XYZ sebesar 71% yang mengindikasikan bahwa pelanggan puas dan berdasarkan hasil PGCV didapatkan atribut prioritas perbaikan yaitu ketersediaan meja dan kursi untuk pengunjung dengan indeks sebesar 6,8442. [13]

Penelitian yang dilakukan oleh Gracecilla Aprillia Immanuel, Rudy Setiawan dengan judul penelitian "Implementasi Metode *Importance Performance Analysis* Untuk Pengukuran Kualitas Sistem Informasi Akademik". Hasil dari penelitian ini menunjukkan penilaian kinerja MAC IS sebesar 77% dan termasuk dalam kategori baik. Untuk indikator yang masuk dalam kuadran 1 adalah dari variabel usability pada pernyataan nomor 1 yaitu pengguna mudah mempelajari situs. [14]

## Kerangka Berpikir

Dalam menjelaskan hubungan antar variable-variabel yang akan diteliti, maka peneliti membuat kerangka berpikir untuk menganalisis kualitas layanan berdasarkan persepsi dan harapan konsumen pada Roti Dani Bakery dengan menggunakan *Metode Service Quality (Servqual), Importance – Performance Analysis (IPA)* dan *Potential Gain Customer Value (PGCV).*




**Gambar 2.** Kerangka Berpikir

## Hipotesis

$H_0$ : Q = 0, Tidak terdapat kesenjangan antara harapan dan persepsi dari pelanggan

$H_a$ : Q ≠ 0, Terdapat kesejangan antara harapan dan persepsi dari pelanggan

## 3. METODE PENELITIAN

### Alur Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan tahapan-tahapan penelitian yang dijelaskan pada gambar 3.

**Gambar 3.** *Flow Chart* Penelitian

## Objek penelitian

Penelitian dilakukan pada Jalan Apel, Kecamatan Aimas, Kabupaten Sorong, Provinsi Papua Barat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan oleh Roti Dani Bakery terhadap pelanggan dan perbaikan kualitas jasa atau layanan.

## Perancangan Kuesioner dan Sampel

Atribut-atribut dalam kuesioner didasarkan atas dimensi kualitas layanan *(Servqual Quality)* dengan fokus pada terhadap analisis GAP 5. Kuesioner terdiri dari persepsi terhadap kualitas layanan oleh pelanggan dan harapan atau ekspetasi pelanggan. Uji kecukupan data dilakukan dengan menggunakan model Cochran untuk menentukan ukuran sampel masing-masing dari populasi yang jumlahnya tidak diketahui *(Infinite Pupulation).* [15]

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} \quad (1)$$

Keterangan : n = ukuran sampel
Z = nilai baku Z yang diambil dari tabel nilai Z (nilai daerah dibawah kurva normal)
p = proporsi dari anggota populasi yang memenuhi karakteristik yang diteliti
q = 1 – p
e = kesalahan maksimum yang ditoleransi

### Penyebaran dan Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara observasi, kuesioner dan wawancara terhadap pelanggan dan pemilik Roti Dani Bakery. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Convenience Sampling atau Accidental sampling yaitu penarikan sampel ini sangat sederhana, hal ini dikarenakan hanya berazaskan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok dengan sumber data penelitian. [16]

### Analisis Data

Teknik pengujian validitas menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* dengan membandingkan r hitung (nilai Pearson correlation) dengan r tabel (didapat dari tabel r), jika nilai positif dan r hitung ≥ r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung < r tabel maka item dinyatakan tidak valid. Sedangkan untuk pengujian reliabilitas istrumen menggunakan *Alpha Cronbach*, Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran[17] reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

Hasil dari pengolahan pada model *Servqual* kemudian dilakukan analisis untuk mendapatkan prioritas perbaikan kualitas layanan dengan menggunakan metode *Imprtance-Performance Analysis* dan Indeks *Potential Gain In Customer Value.*

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Identifikasi Atribut *Service Quality (Servqual)*

Atribut yang digunakan pada kuesioner didasarkan pada 5 dimensi *servqual* yang terdiri dari 22 item pertanyaan. Kuesioner terdiri dari persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan dan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan dapat terlihat pada tabel 1.

**Tabel 1.** Atribut Dimensi Servqual Berdasarkan Persepsi dan Harapan Pelanggan

| No | Dimensi Kualitas | Atribut Persepsi | Atribut Harapan |
|---|---|---|---|
| 1 | Tangibels (Bukti Fisik) | Roti Dani Bakery mempunyai beberapa pilihan produk roti yang menarik (P1) | Usaha roti harus memiliki beberapa pilihan produk roti yang menarik (E1) |
| 2 | | Varian rasa produk Roti Dani Bakery sudah mewakili keinginan pelanggan (P2) | Produk roti harus memiliki varian rasa yang sesuai dengan keinginan pelanggan (E2) |
| 3 | | Bentuk produk Roti Dani Bakery Mempunyai ciri khas tersendiri (P3) | Produk roti harus memiliki ciri khas tersendiri pada produk rotinya (E3) |
| 4 | | Kemasan produk Roti Dani Bakery menarik (P4) | Kemasan produk roti harus menarik (E4) |
| 5 | | Ukuran Roti Dani yang sesuai keinginan pelanggan (P5) | Ukuran produk roti harus sesuai dengan keinginan pelanggan (E5) |
| 6 | Emphaty (Empati) | Roti Dani Bakery memiliki contact person untuk memudahkan berkomunikasi dengan pelanggan (P6) | Usaha roti harus memiliki contact person untuk memudahkan berkomunikasi dengan pelanggan (E6) |
| 7 | | Roti Dani Bakery mempunyai layanan keluhan bagi pelanggan (P7) | Usaha roti harus memiliki layanan keluhan bagi pelanggan (E7) |
| 8 | | Produk Roti Dani Bakery menyediakan layanan pengantaran (P8) | Usaha roti harus memiliki layanan pengantaran bagi pelanggan (E8) |
| 9 | | Terdapat pemberian diskon untuk pembelian produk Roti Dani Bakery dalam jumlah tertentu (P9) | Usaha roti harus memberikan penawaran diskon untuk pembelian produk roti (E9) |

| No | Dimensi Kualitas | Atribut Persepsi | Atribut Harapan |
|---|---|---|---|
| 10 | Reliability (Keandalan) | Harga yang ditawarkan Roti Dani Bakery sesuai dengan kualitas produk yang dimiliki (P10) | Harga produk roti harus sesuai dengan kualitas produk roti (E10) |
| 11 | | Produk Roti Dani Bakery mampu tahan lama (P11) | Produk roti harus mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama (E11) |
| 12 | | Produk Roti Dani Bakery memiliki rasa yang lezat (P12) | Produk roti harus memiliki rasa yang lezat (E12) |
| 13 | | Harga produk Roti Dani Bakery cukup terjangkau (P13) | Harga produk roti harus dapat dijangkau oleh konsumen (E13) |
| 14 | | Produk Roti Dani Bakery dapat di temukan hingga daerah terpencil (P14) | Produk roti harus dapat di temukan hingga daerah terpencil (E14) |
| 15 | Responsive (Ketanggapan) | Produk Roti Dani Bakery yang kadaluarsa segera diganti (P15) | Produk roti yang kadarluarsa harus segera diganti (E15) |
| 16 | | Produk Roti Dani Bakery Sangat mudah didapat (P16) | Produk roti harus dengan mudah didapat (E16) |
| 17 | | Roti Dani Bakery sangat cepat dalam menanggapi keluhan dari pelanggan (P17) | Usaha roti harus dapat dengan cepat dalam menanggapi keluhan dari pelanggan (E17) |
| 18 | | Inovasi varian produk Roti Dani Bakery selalu dilakukan (P18) | Inovasi varian produk roti harus selalu dilakukan (E18) |
| 19 | Jaminan (Assurance) | Karyawan Roti Dani Bakery ramah terhadap pelanggan (P19) | Karyawan harus selalu ramah terhadap pelanggan (E19) |
| 20 | | Roti Dani Bakery memiliki reputasi positif (P20) | Usaha roti harus memiliki reputasi positif (E20) |
| 21 | | Produk Roti Dani Bakery terjamin dari segi halal dan sehat, bersertifikasi BPOM (P21) | Produk roti harus terjamin dari segi halal dan sehat, bersertifikasi BPOM (E21) |
| 22 | | Produk Roti Dani Bakery dapat dinikmati oleh semua kalangan (P22) | Produk roti harus dapat dinikmati oleh semua kalangan (E22) |

## Penentuan Jumlah Sampel

Pada wawancara dengan pemilik Roti Dani Bakery, pihak Roti Dani Bakery tidak mengetahui secara pasti jumlah populasi pelanggan Roti Dani Bakery. Peneliti tidak dapat menentukan jumlah populasi secara pasti dalam penentuan jumlah sampel penelitian yang akan diteliti, maka peneliti menggunakan model *Cochran* untuk menentukan jumlah sampel yang jumlah populasinya tidak diketahui *(Infinite Population).* Peneliti menentukan nilai tingkat kepercayaan sebesar 90%, maka nilai kesalahan yang ditoleransi sebesar 10% atau 0,1 dengan nilai dari tabel Z sebesar 1,64 dan nilai p sebesar 0,5 sedangkan nilai q adalah 0,5. Maka ukuran sampel yang diperoleh berdasarkan model *Cochran* adalah 67,84 ≈ 68 responden dan jumlah responden yang telah didapatkan dalam penelitian ini berjumlah 93 > 68, maka data dapat dikatakan sudah mencukupi.

## Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian uji validitas dan realibilitas menggunakan *Software IBM Statistic SPSS 24.* Bahwa hasil uji validitas menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* dinyatakan valid $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Nilai $r_{tabel}$ adalah 0,204 dengan n=93 dan df=91, taraf signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Hasil uji validitas seperti ditampilkan pada tabel 2.

**Tabel 2.** Uji Validitas

| No | Pertanyaan | $r_{Tabel}$ | $r_{hitung}$ Atribut Persepsi | $r_{hitung}$ Atribut Harapan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | P1 - E1 | 0,204 | 0,433 | 0,590 |
| 2 | P2 - E2 | 0,204 | 0,488 | 0,424 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 3 | P3 - E3 | 0,204 | 0,524 | 0,481 |
| 4 | P4 - E4 | 0,204 | 0,526 | 0,584 |
| 5 | P5 - E5 | 0,204 | 0,455 | 0,444 |
| 6 | P6 - E6 | 0,204 | 0,456 | 0,489 |
| 7 | P7 - E7 | 0,204 | 0,436 | 0,426 |
| 8 | P8 - E8 | 0,204 | 0,575 | 0,452 |
| 9 | P9 - E9 | 0,204 | 0,375 | 0,518 |
| 10 | P10 - E10 | 0,204 | 0,629 | 0,543 |
| 11 | P11 - E11 | 0,204 | 0,405 | 0,407 |
| 12 | P12 - E12 | 0,204 | 0,402 | 0,539 |
| 13 | P13 - E13 | 0,204 | 0,609 | 0,559 |
| 14 | P14 - E14 | 0,204 | 0,634 | 0,493 |
| 15 | P15 - E15 | 0,204 | 0,532 | 0,455 |
| 16 | P16 - E16 | 0,204 | 0,539 | 0,637 |
| 17 | P17 - E17 | 0,204 | 0,614 | 0,469 |
| 18 | P18 - E18 | 0,204 | 0,584 | 0,418 |
| 19 | P19 - E19 | 0,204 | 0,704 | 0,493 |
| 20 | P20 - E20 | 0,204 | 0,684 | 0,434 |
| 21 | P21 - E21 | 0,204 | 0,540 | 0,525 |
| 22 | P22 - E22 | 0,204 | 0,689 | 0,494 |

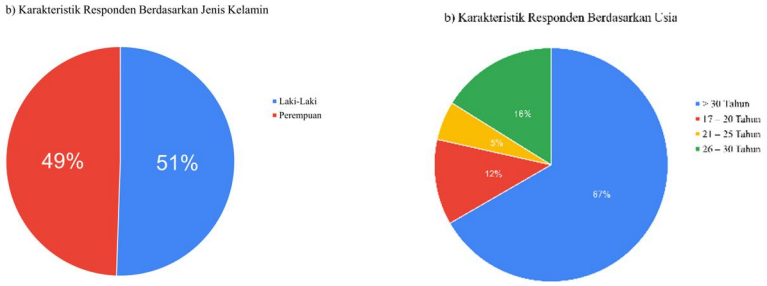
Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach alpha terhadap 22 item pertanyaan baik item pertanyaan harapan maupun item pertanyaan persepsi dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,6 dan dapat disimpulkan bahwa hasil reliabilitas baik dan hasilnya dapat dipergunakan untuk pengolahan data berikutnya. Hasil uji reliabilitas seperti ditampilkan pada tabel 3.

**Tabel 3.** Uji Reliabilitas Harapan dan Persepsi

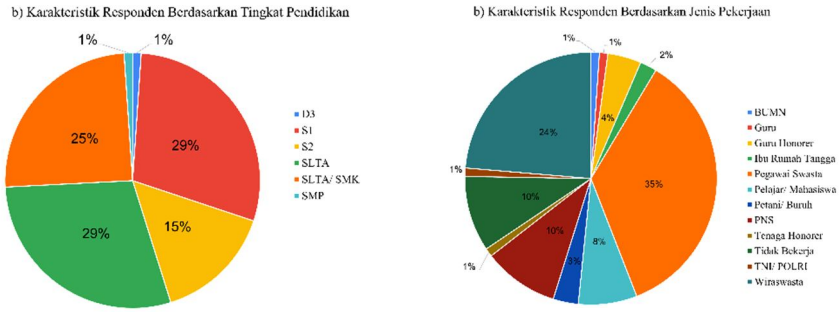
| | ***Cronbach's Alpha*** | **Status** | **N of Items** |
|---|---|---|---|
| Harapan/ Ekspektasi | 0,939 | Reliabel | 22 |
| Persepsi | 0,933 | Reliabel | 22 |

## Karakteristik Responden

Responden penelitian terdiri dari pelanggan Roti Dani Bakery yang dianggap cocok dengan kriteria oleh peneliti dan kebetulan bertemu dengan peneliti. Profil responden dapat tertera pada gambar 4 dan gambar 5.




**Gambar 4.** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia




**Gambar 5.** Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan

### *Service Quality (Servqual)*

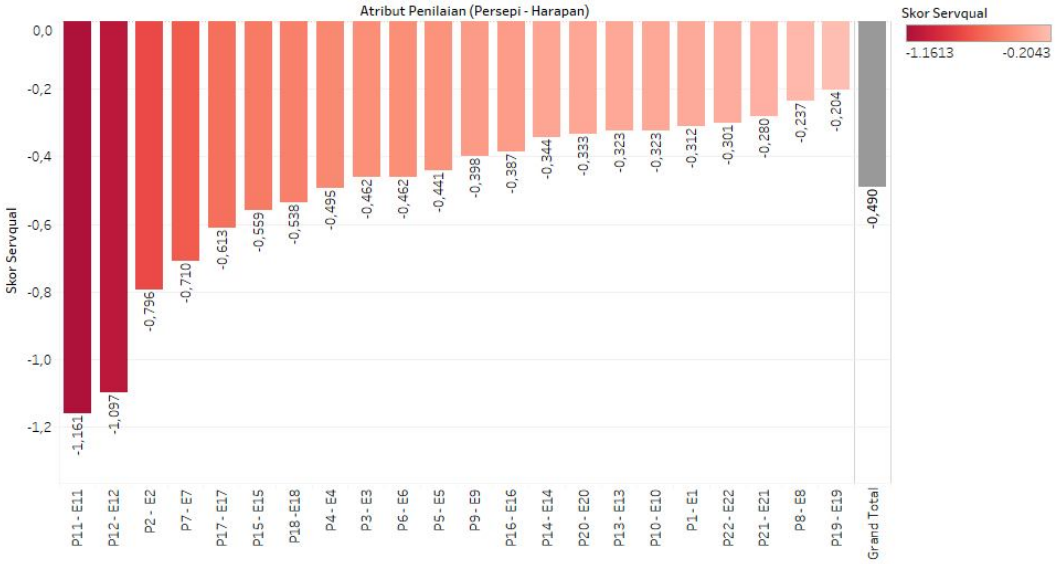
Hasil perhitungan nilai persepsi dan harapan responden untuk setiap atribut penilaian serta nilai *Servqual* dari kesenjangan atau gap antara persepsi dan harapan responden. Perhitungan bobot rata-rata penilaian responden terhadap atribut persepsi dan harapan responden dapat terlihat pada tabel 3.

**Tabel 3.** Nilai Persepsi, Harapan Dan Skor *Servqual*

| No | Atribut Penilaian (Persepi - Harapan) | Dimensi Kualitas | Persepsi | Harapan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | P1 - E1 | Tangibels (Bukti Fisik) | 4,08 | 4,39 |
| 2 | P2 - E2 | Tangibels (Bukti Fisik) | 3,83 | 4,62 |
| 3 | P3 - E3 | Tangibels (Bukti Fisik) | 3,94 | 4,40 |
| 4 | P4 - E4 | Tangibels (Bukti Fisik) | 3,87 | 4,37 |
| 5 | P5 - E5 | Tangibels (Bukti Fisik) | 3,85 | 4,29 |
| 6 | P6 - E6 | Emphaty (Empati) | 4,02 | 4,48 |
| 7 | P7 - E7 | Emphaty (Empati) | 3,73 | 4,44 |
| 8 | P8 - E8 | Emphaty (Empati) | 4,30 | 4,54 |
| 9 | P9 - E9 | Emphaty (Empati) | 4,06 | 4,46 |
| 10 | P10 - E10 | Reliability (Keandalan) | 4,11 | 4,43 |
| 11 | P11 - E11 | Reliability (Keandalan) | 3,35 | 4,52 |
| 12 | P12 - E12 | Reliability (Keandalan) | 3,55 | 4,65 |
| 13 | P13 - E13 | Reliability (Keandalan) | 4,28 | 4,60 |
| 14 | P14 - E14 | Reliability (Keandalan) | 3,94 | 4,28 |
| 15 | P15 - E15 | Responsive (Ketanggapan) | 4,08 | 4,63 |
| 16 | P16 - E16 | Responsive (Ketanggapan) | 4,05 | 4,44 |
| 17 | P17 - E17 | Responsive (Ketanggapan) | 3,78 | 4,40 |
| 18 | P18 -E18 | Responsive (Ketanggapan) | 3,75 | 4,29 |
| 19 | P19 - E19 | Jaminan (Assurance) | 4,30 | 4,51 |
| 20 | P20 - E20 | Jaminan (Assurance) | 4,24 | 4,57 |
| 21 | P21 - E21 | Jaminan (Assurance) | 4,42 | 4,70 |
| 22 | P22 - E22 | Jaminan (Assurance) | 4,38 | 4,68 |

Nilai kesenjangan atau gap terjadi karena selisih dari bobot rata-rata nilai atribut persepsi dan harapan. Berdasarkan data pada gambar 6, menunjukan nilai rata-rata gap skor *Servqual* bernilai negatif (-0,490). Nilai artribut gap tertinggi sebesar -1,61 terdapat pada atribut P11-E11 (Produk Roti Dani Bakery mampu tahan lama-Produk roti harus mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama). Dari

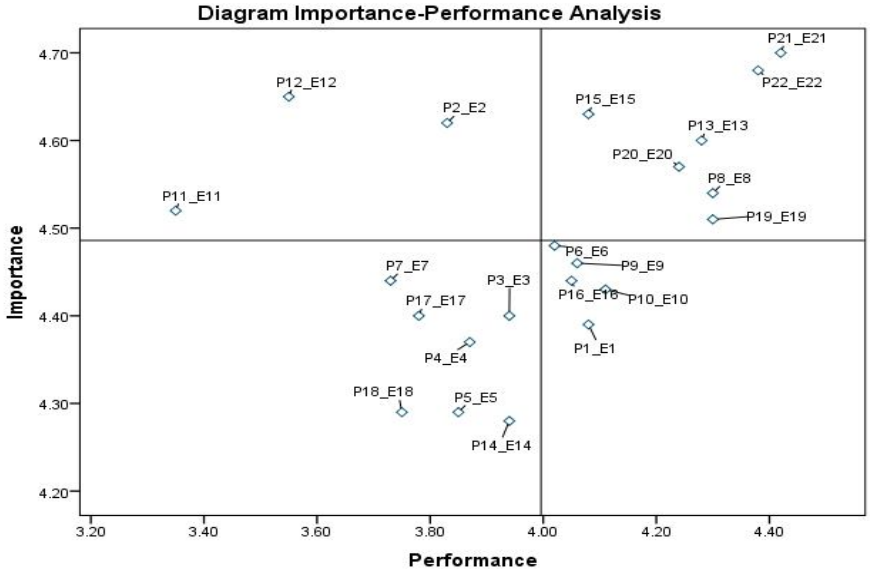
perhitungan skor Servqual, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada Roti Dani Bakery dipersepsikan buruk.




**Gambar 6.** Skor *Servqual*

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

Pada diagram *Importance-Performance Analysis (IPA)* setiap atribut penilaian tersebar pada 4 kuadran. Titik tengah pada sumbu horisontal merupakan nilai rata-rata dari keseluruhan artibut penilaian tingkat kepentingan *(Importance)*, sedangkan titik tengah sumbu vertikal merupakan nilai rata-rata dari keseluruhan atribut penilaian tingkat persepsi atau kinerja *(Performance)*. Berdasarkan data dari bobot rata-rata atribut penilaian persepsi dan harapan pada tabel 3 maka posisi dari atribut-atribut penilaian tersebar pada 4 kuadran seperti terlihat pada gambar 7.




**Gambar 7.** Diagram *Importance-Performance Analysis (IPA)*

Artribut-atribut yang masuk pada kuadran A adalah P11-E11 (produk roti tahan lama), P12-E12 (rasa yang lezat) dan P2-E2 (varian rasa sudah mewakili keinginan pelanggan). Pada kuadran ini

pelanggan Roti Dani Bakery menganggap atribut-atribut ini sangat penting dan memiliki kinerja pada artibut-atribut ini menurut pelanggan Roti Dani Bakery kurang maksimal. Atribut-atribut yang masuk pada kuadran ini harus ditingkatkan, dan butuh perhatian yang khusus dan perbaikan secara terus-menerus. Atribut-atribut pada kuadran ini juga memiliki nilai kesenjangan atau gap yang terbesar seperti terlihat pada gambar 6.

Atribut-atribut yang masuk pada kuadran B adalah atribut-atribut yang harus dipertahankan karena pelanggan telah menggangap atribut-atribut ini dianggap sangat penting oleh pelanggan Roti Dani Bakery dan kinerja dari Roti Dani Bakery untuk atribut ini telah dijalankan dengan baik. Akan tetapi pihak Roti Dani Bakery juga harus memperhatikan gap atau kesenjangan dari atribut-atribut ini masih bernilai negatif sebagai bahan evaluasi terutama pada atribut P15-E15 yang memiliki gap yang terbesar dengan peringkat ke-6 agar atribut ini dapat berada tetap pada kuadran B.

Atribut-atribut yang masuk pada kuadran C adalah atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan Roti Dani Bakery dan kinerja dari Roti Dani bakery terhadap atribut-atribut ini juga tidak maksimal. atribut-atribut pada kuadran ini juga tidak mempengaruhi pelanggan karena tingkat kepentingan yang kecil, akan tetapi perbaikan dikelola harus dengan sangat serius, karena ketidakpuasan pelanggan pada umumnya berawal dari atribut-atribut ini. pada kuadran ini harus dilakukan setelah perbaikan pada atribut-atribut yang menjadi prioritas utama

Atribut-atribut yang masuk pada kuadran D adalah atribut-atribut yang dianggap kurang penting dan pelanggan Roti Dani Bakery merasakan kinerja yang dilakukan oleh pihak Roti Dani Bakery dianggap berlebihan karena nilai performansi yang cukup tinggi. Pada atribut ini, pihak Roti Dani Bakery perlu mempertahankan kualitas layanan pada atribut ini tanpa harus meningkatkan kinerja dari atribut-atribut ini.

### *Potential Gain In Customer Value (PGCV)*

Untuk melengkapi hasil analisis pada *Importance-Performance Analysis*, maka digunakan *Potential Gain In Customer Value (PGCV)* agar dapat mengetahui urutan prioritas perbaikan pelayanan yang harus dilakukan. Semakin besar nilai indeks PGCV, maka semakin besar prioritas perbaikan pada atribut penilaian. Hasil perhitungan indeks PGCV dapat terlihat pada tabel 4.

**Tabel 4.** Indeks PGCV

| Atribut Penilaian | Persepsi | Harapan | GAP | Nilai ACV | Nilai UDCV | Nilai PGCV | Prioritas |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| P1 - E1 | 4,08 | 4,39 | -0,312 | 17,879 | 21,935 | 4,057 | 15 |
| P2 - E2 | 3,83 | 4,62 | -0,796 | 17,699 | 23,118 | 5,419 | 4 |
| P3 - E3 | 3,94 | 4,40 | -0,462 | 17,308 | 21,989 | 4,682 | 9 |
| P4 - E4 | 3,87 | 4,37 | -0,495 | 16,899 | 21,828 | 4,929 | 8 |
| P5 - E5 | 3,85 | 4,29 | -0,441 | 16,515 | 21,452 | 4,936 | 7 |
| P6 - E6 | 4,02 | 4,48 | -0,462 | 18,032 | 22,419 | 4,387 | 11 |
| P7 - E7 | 3,73 | 4,44 | -0,710 | 16,570 | 22,204 | 5,635 | 3 |
| P8 - E8 | 4,30 | 4,54 | -0,237 | 19,517 | 22,688 | 3,171 | 19 |
| P9 - E9 | 4,06 | 4,46 | -0,398 | 18,137 | 22,312 | 4,174 | 14 |
| P10 - E10 | 4,11 | 4,43 | -0,323 | 18,197 | 22,151 | 3,954 | 16 |
| P11 - E11 | 3,35 | 4,52 | -1,161 | 15,151 | 22,581 | 7,430 | 1 |
| P12 - E12 | 3,55 | 4,65 | -1,097 | 16,483 | 23,226 | 6,743 | 2 |
| P13 - E13 | 4,28 | 4,60 | -0,323 | 19,695 | 23,011 | 3,316 | 18 |
| P14 - E14 | 3,94 | 4,28 | -0,344 | 16,842 | 21,398 | 4,556 | 10 |
| P15 - E15 | 4,08 | 4,63 | -0,559 | 18,886 | 23,172 | 4,286 | 12 |
| P16 - E16 | 4,05 | 4,44 | -0,387 | 18,002 | 22,204 | 4,202 | 13 |
| P17 - E17 | 3,78 | 4,40 | -0,613 | 16,646 | 21,989 | 5,344 | 6 |
| P18 -E18 | 3,75 | 4,29 | -0,538 | 16,100 | 21,452 | 5,351 | 5 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| P19 - E19 | 4,30 | 4,51 | -0,204 | 19,378 | 22,527 | 3,149 | 20 |
| P20 - E20 | 4,24 | 4,57 | -0,333 | 19,361 | 22,849 | 3,489 | 17 |
| P21 - E21 | 4,42 | 4,70 | -0,280 | 20,766 | 23,495 | 2,728 | 22 |
| P22 - E22 | 4,38 | 4,68 | -0,301 | 20,470 | 23,387 | 2,917 | 21 |

**Prioritas Perbaikan Berdasarkan Hasil *Importance-Performance Analysis (IPA)* Dan *Potential Gain In Customer Value (PGCV)***

Prioritas perbaikan dengan membandingkan hasil yang telah diperoleh pada penilaian IPA dan indeks PGCV. Prioritas perbaikan kualitas layanan berdasarkan atribut penilaian akan ditentukan oleh 2 kuadran pada *Importance-Performance Analysis* yaitu kuadran A dan C, sedangkan untuk urutan prioritas perbaikan pada setiap kuadran menggunakan urutan nilai indeks PGCV. Prioritas perbaikan dapat terlihat pada tabel 5.

**Tabel 5.** Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Roti Dani Bakery

| Atribut Penilaian | Nilai PGCV | Prioritas | Kuadran Importance-Performance Analysis |
|---|---|---|---|
| P2 - E2 | 5,419 | 4 | A |
| P11 - E11 | 7,430 | 1 | A |
| P12 - E12 | 6,743 | 2 | A |
| P3 - E3 | 4,682 | 9 | C |
| P4 - E4 | 4,929 | 8 | C |
| P5 - E5 | 4,936 | 7 | C |
| P7 - E7 | 5,635 | 3 | C |
| P14 - E14 | 4,556 | 10 | C |
| P17 - E17 | 5,344 | 6 | C |
| P18 -E18 | 5,351 | 5 | C |

Prioritas pertama untuk usulan perbaikan kualitas layanan terdapat pada kuadran A dengan atribut penilaian berdasarkan urutan nilai indeks PGCV yaitu atribut P11-E11 (produk roti tahan lama) dengan nilai PGCV sebesar 7,430, atribut P12-E12 (rasa yang lezat) dengan nilai PGCV sebesar 6,743 dan atribut P2-E2 (varian rasa sudah mewakili keinginan pelanggan) dengan nilai PGCV sebesar 5,419.

Prioritas kedua untuk usulan perbaikan kualitas layanan terdapat pada kuadran C dengan atribut penilaian berdasarkan urutan nilai indeks PGCV yaitu atribut P7-E7 dengan nilai PGCV sebesar 5,635 (terdapat layanan keluhan bagi pelanggan), atribut P18-E18 (inovasi varian produk selalu dilakukan) dengan nilai PGCV sebesar 5,351, atribut P17-E17 (sangat cepat dalam menanggapi keluhan dari pelanggan) dengan nilai PGCV sebesar 5,344, atribut P5-E5 (ukuran dari produk roti) dengan nilai PGCV sebesar 4,936, atribut P4-E4 (kemasan produk roti yang menarik) dengan nilai PGCV sebesar 4,929, atribut P3-E3 (ciri khas dari bentuk roti) dengan nilai PGCV sebesar 4,682, atribut P14-E14 (roti mudah ditemukan di daerah terpencil) dengan nilai PGCV sebesar 4,556.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa.

Berdasarkan hasil dan analisa gap *Servqual* dapat diketahui bahwa semua atribut dalam dimensi kualitas layanan bernilai negatif artinya pelanggan Roti Dani Bakery menilai bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh Roti Dani Bakery masih buruk atau pelanggan merasa tidak puas dengan kualitas layanan yang diberikan. Dengan 5 urutan atribut-atribut penilaian dari dimensi kualitas layanan yang memiliki gap terbesar yaitu P11-E11 (produk roti tahan lama) dengan nilai gap sebesar -1,161, P12-E12 (rasa yang lezat) dengan nilai gap sebesar -1,907, P2-E2 (varian rasa sudah mewakili keinginan

pelanggan) dengan nilai gap sebesar -0,796, P7-E7 (mempunyai layanan keluhan) dengan nilai gap sebesar -0,710, P17-E17 (sangat cepat menanggapi keluhan pelanggan) dengan nilai gap sebesar -0,613.

Prioritas perbaikan kualitas layanan berdasarkan hasil *Importance-Performance Analysis (IPA)* pada kuadaran A (prioritas tinggi), kuadran C (Prioritas rendah) dengan berdasarkan nilai indeks *Potential Gain In Customer Value (PGCV).* Prioritas perbaikan pertama pada kuadran A terdiri dari atribut-atribut penilaian dengan nilai indeks PGCV yaitu atribut P11-E11 (produk roti tahan lama) dengan nilai PGCV sebesar 7,430, atribut P12-E12 (rasa yang lezat) dengan nilai PGCV sebesar 6,743 dan atribut P2-E2 (varian rasa sudah mewakili keinginan pelanggan) dengan nilai PGCV sebesar 5,419. Sedangkan untuk prioritas kedua terdapat pada kuadran C terdiri dari atribut-atribut penilaian dengan nilai indeks PGCV yaitu atribut P7-E7 dengan nilai PGCV sebesar 5,635 (terdapat layanan keluhan bagi pelanggan), atribut P18-E18 (inovasi varian produk selalu dilakukan) dengan nilai PGCV sebesar 5,351, atribut P17-E17 (sangat cepat dalam menanggapi keluhan dari pelanggan) dengan nilai PGCV sebesar 5,344, atribut P5-E5 (ukuran dari produk roti) dengan nilai PGCV sebesar 4,936, atribut P4-E4 (kemasan produk roti yang menarik) dengan nilai PGCV sebesar 4,929, atribut P3-E3 (ciri khas dari bentuk roti) dengan nilai PGCV sebesar 4,682, atribut P14-E14 (roti mudah ditemukan di daerah terpencil) dengan nilai PGCV sebesar 4,556.

## DAFTAR PUSTAKA

[1] Badan Pusat Statistik (2021). *Statistik Indonesia 2021*. Katalog BPS : 1101001

[2] Badan Pusat Statistik Kabupaten Sorong (2021). *Kabupaten Sorong Dalam Angka.* Katalog BPS : 1102001.9107

[3] Halim, Fitria et al. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis

[4] Tjiptono, Fandy & G. Chandra. (2005). *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

[5] A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml & Leonard L. Berry. (Fall 1985). "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". Journal of Marketing Journal of Marketing, 49, 41-50.

[6] Utami. A. A, Gunadi. W. (2022). Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan indihome fiber daerah Lubang Buaya Jakarta Timur. Jurnal Ilmiah M-Progress, 12 (1), 1-11.

[7] Waluyo. D. A, Koesdijati. T,Utomo. Y. (2020). *Pengendalian Kualitas.* Surabaya: Scopindo.

[8] Wahyuni. H. C, Sulistiyowati. W. (2020). *Pengendalian Kualitas Industri Manufaktur Dan Jasa.* Sidorajo: UMSIDA Press.

[9] Rangkuti. F. (2003). *Measuring Customer Satisfication.* Jakarti: PT. Gramedia Pustaka Utama.

[10] Wijaya. T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa Desain Servqual, QFD, dan Kano Edisi Kedua*. Jakarta: Indeks Jakarta

[11] Nusaputra. N, Choiri. M, Kusuma. L. T. W. N. (2014). ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL DENGAN METODE *SERVQUAL*, *IPA*, DAN *INDEKS PGCV* (Studi Kasus di PT. Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang). Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri, 2 (6), 1239-1250.

[12] Wirawan. N. K, Indriani. S, Kiswandono. (2020). UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI SUPERINDO TLOGOMAS MENGGUNAKAN METODE PGCV (POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE). Jurnal Valtech (Jurnal Mahasiswa Teknik Industri), 3 (2), 160-165.

[13] Ardianti. N. P, Waluyo. M., Kiswandono. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode CSI Dan PGCV Di Toko XYZ. Jurnal Tekmapro : Journal of Industrial Engineering and Management, 15 (2), 96-107.

[14] Immanuel. G. A, Setiawan. R. (2020). Implementasi metode *Importance Performance Analysis* untuk pengukuran kualitas system informasi akademik. Jurnal KURAWAL (Jurnal Teknologi, Informasi dan Industri), 3 (2), 181-190.

[15] Sugeng, Bambang. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Yogyakarta: Deepublish.

[16] Darwim. M, et all. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.

[17] Purnomo. R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: Wade Group