

## **Analisis Kepuasan Konsumen Melalui Important Performance**

### **Analysis Menggunkan Strategi Store Atmosphere**

Dava delistiana putri<sup>1</sup>, Siti hanifah nurasiah jamil<sup>2</sup>,

Muham nur alif suhendar<sup>3</sup> Amelia kartini<sup>4</sup>

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Djuanda

Email : [davadelistianaputri@gmail.com](mailto:davadelistianaputri@gmail.com), [St.hanifah1991@gmail.com](mailto:St.hanifah1991@gmail.com),

[muhammadnuralif040403@gmail.com](mailto:muhammadnuralif040403@gmail.com), [ameliakartini60@gmail.com](mailto:ameliakartini60@gmail.com)

---

#### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengevaluasi tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja toko Indomaret di daerah Wangun Sindang Sarija, Bogor. Customer Satisfaction Index (CSI) dan Important performance analisis (IPA) digunakan sebagai alat analisis. Suasana toko atau disebut Store Atmosphere diidentifikasi sebagai faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan metode kuantitatif, data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 50 responden. Hasil analisis IPA menunjukkan atribut-atribut yang perlu diperbaiki, dipertahankan, dan yang kurang prioritas dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Sementara itu, perhitungan CSI menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja toko mencapai 69%. Penelitian ini memberikan wawasan bagi manajemen toko dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan di masa mendatang.

**Kata Kunci:** kepuasan konsumen, Important Performance Analysis, Customer Satisfaction Index, store atmosphere, kinerja toko.

## A. PENDAHULUAN

Faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian terhadap konsumen salah satunya adalah store atmosphere. Store atmosphere menjadi factor yang sangat penting pada setiap toko untuk membuat nyaman serta menarik perhatian konsumen (Manajemen et al., 2022). Suasana toko yang ramah dan menyenangkan sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Dengan mendorong pengalaman berbelanja yang positif, bisnis dapat mendorong kunjungan berulang dan meningkatkan kemungkinan pembelian impulsif. Ini menunjukkan dampak signifikan dari suasana toko pada keputusan pembelian konsumen (Kasus et al., 2021).

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap kegiatan di berbagai sektor terutama di sektor ritel modern (ANINDITA, 2012). Perusahaan perusahaan retail di indonesia harus berupaya lebih keras guna mempertahankan dan meningkatkan posisi yang mereka miliki dalam suatu sektor pasar. Salah satu strategi yang bisa diterapkan adalah dengan menciptakan atau meningkatkan suasana toko yang menyenangkan dan menarik. Suasana toko merupakan gabungan dari berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pengalaman berbelanja konsumen.

Dalam beberapa penelitian terdahulu telah diketahui bahwa suasana dari toko memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepuasan serta keputusan belanja mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepentingan dan kinerja suatu toko Indomaret di daerah wangun sindang sari,tajur bogor. Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan membagikan kuesioner kepada 50 responden.

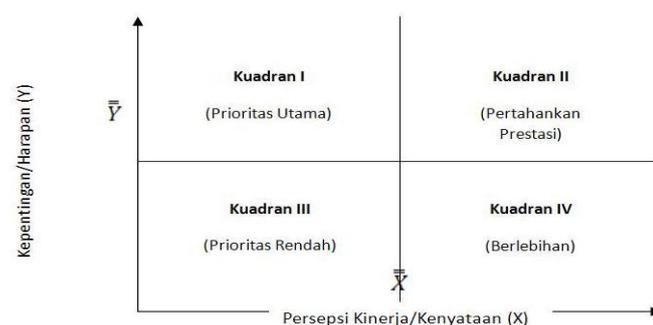
## B. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) dalam (Mathematics, 2016) Kepuasan konsumen merupakan perasaan yang timbul pada diri seseorang baik berupa perasaan senang ataupun kecewa yang muncul sebagai akibat perbandingan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan hasil yang diharapkan. Jadi, tingkat kepuasan bergantung pada selisih antara kinerja dan harapan. Apabila Tingkat kinerja lebih rendah dari harapan, maka Tingkat kepuasan konsumen tidak akan tercapai. Begitu pula sebaliknya.

### 2. Important performance analysis (IPA)

Analisis kepentingan kinerja (IPA) merupakan sebuah cara yang dapat dilakukan guna mengevaluasi dan memahami bagaimana layanan atau produk dapat dipandang oleh pelanggan. IPA ini dapat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan serta kelemahan layanan maupun produk dan dapat menilai bagaimana produk dan layanan tersebut dapat dipandang oleh para konsumen (Ormanovic, 2017).



**Gambar 1. Peta Impertance-Performance**

### 3. Store Atmosphere

Store Atmosphere merupakan elemen penting agar konsumen merasa nyaman berkunjung dan berbelanja. Adapun desain toko yang tentunya akan menimbulkan daya Tarik bagi *customer* dan dapat memberikan kesan positif maupun negatif terhadap pada pusat perbelanjaan tersebut (Katarika & Syahputra, 2017). Menurut Berman dan Evan (2018:465) elemen-elemen Store Atmosphere yang berpengaruh dalam menonjolkan tampilan fisik sebuah toko adalah sebagai berikut :

a) Penampilan luar toko

Penampilan luar toko memiliki pengaruh kuat terhadap citra toko, sehingga harus direncanakan sebaik mungkin. Penampilan luar toko mencakup tenda, pintu, jendela toko, pencahayaan, bahan bangunan, dll.

b) General Interior

Interior toko yang umum mencakup elemen-elemen seperti warna, pencahayaan, dan dekorasi yang dapat mempengaruhi suasana toko

c) Store Layout

Tata letak fisik toko yang memudahkan atau menyulitkan berputar-berputar didalamnya mempengaruhi suasana toko

d) Interior Display

Tampilan interior toko yang menarik dapat mempengaruhi suasana toko dan membangkitkan minat beli konsumen

### 4. Index kepuasan pelanggan (CSI)

Indeks kepuasan pelanggan (CSI) ialah indeks yang digunakan guna mengetahui besarnya kepuasan pelanggan secara keseluruhan menggunakan metode yang memperhitungkan tingkat pentingnya atribut barang atau jasa yang diukur (Sanusi Mulyo Widodo & Joko Sutopo, 2018).

### C. METODE PENELITIAN

Menurut Sukmadinata (2011, hlm. 72) Penelitian yang menggunakan metode deskriptif, baik kuantitatif maupun kualitatif, bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada (Zafirahana, 2021).

Studi ini bersifat deskriptif kualitatif. Menggunakan metode survey lapangan, wawancara, observasi, yang dilakukan secara online dan offline. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket pertanyaan melalui google form sebanyak 25 pertanyaan, dan 50 responden.

#### 1. Index kepuasan pelanggan (CSI)

Metode index kepuasan pelanggan (CSI) dalam penelitian merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan pendekatan yang menimbang tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. Berikut adalah tahapan-tahapan dalam metode CSI:

##### a. Menghitung Weighted Factor (WF)

WF adalah nilai rata-rata tingkat kepentingan dan persepsi konsumen. WF dihitung dengan menggunakan rumus  $WF = (MIS-i) / (Total MIS)$ , di mana MIS adalah Skor kepentingan rata-rata dan i adalah atribut kepentingan/kepuasan

##### b. Menghitung Weighting Score (WS):

WS adalah hasil dari nilai WF Tingkat kepentingan dikali dengan WF kepuasan. Weighting score (WS) dapat dihitung dengan menggunakan rumus  $WS = WF-i \times WF-p$ , di mana WF-i adalah WF untuk atribut kepentingan dan WF-p adalah WF untuk atribut kepuasan.

##### c. Menghitung Weighted Total.

WT adalah total skor tertimbang dari i ke p. WT dihitung dengan menggunakan rumus  $WT = \sum W_{Sipi} = \sum HS \times 100\%$ .

d. Menentukan Kriteria Kepuasan Konsumen

Kriteria kepuasan konsumen dihitung dengan menggunakan skor yang diperoleh dengan metode CSI. Skor ini digunakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, seperti tidak puas, kurang puas, cukup puas, puas, dan sangat puas.

2. Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis merupakan metode analisis yang dilakukan untuk dapat menentukan faktor-faktor kinerja yang harus diperlihatkan oleh suatu organisasi agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan atau klien (Firdaus & Nur, 2023). IPA digunakan untuk membandingkan tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan pelanggan. Sehingga, analisis ini dapat membantu untuk menentukan pilihan perkembangan karyawan yang paling efektif untuk meningkatkan kinerja.

Penjabaran Variabel dan Indikator Penelitian : Variabel merupakan suatu besaran yang dapat diubah atau berubah dan mempengaruhi peristiwa atau hasil penelitian. Variabel dalam IPA terdiri dari dua jenis, yaitu variabel bebas (X) yang berupa atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan variabel terikat (Y) yang berupa tingkat kepuasan pelanggan. Rumus yang digunakan untuk perhitungan IPA yaitu :

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden.

$X_i$  = Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan.

$Y_i$  = Skor rata-rata penilaian harapan responden

Kemudian membagi kuadran menjadi 4 bagian, yaitu:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

**Rumus 1.** Rata – rata Hasil Kepuasan

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

**Rumus 2.** Rata – rata asil harapan

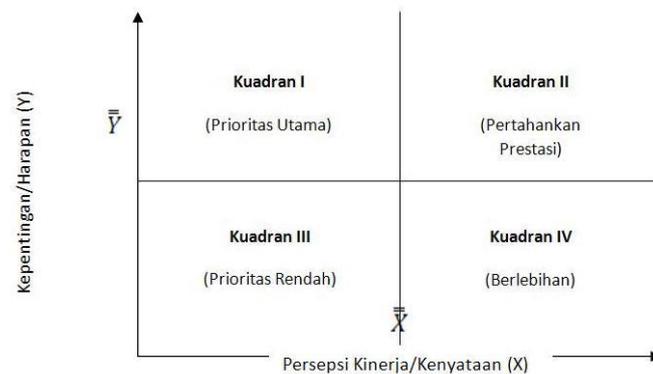
Keterangan :

X = Rata – rata hasil kepuasan

Y = Rata – rata hasil harapan

n = jumlah pelanggan

Adapun Kuadran IPA terlihat seperti gambar di bawah ini :



Keterangan :

- Kuadran 1 Prioritas Utama (*Concentrate Here*) berisi pernyataan yang dianggap penting oleh *customer*, akan tetapi performa perusahaan / organisasi dinilai tidak memadai. Oleh karena itu, organisasi harus memusatkan upaya dan sumber daya yang ada untuk meningkatkan performa prioritas utama di kuadran 1.
- Kuadran 2 pertahankan Prestasi (*Keep Up the Good Work*) yang berisi pernyataan yang harus dipertahankan dan diharapkan oleh *customer*.
- Kuadran 3 Prioritas Rendah (*Low Priority*) berisi pernyataan dengan tingkat performa yang tinggi, namun kurang penting dan tidak diharapkan oleh pelanggan. Oleh sebab itu, sumber daya tidak perlu dialokasikan karena Tingkat performa yang tinggi namun kurang penting.
- Kuadran 4 Berlebihan (*Possibly Overkill*) berisi pernyataan dengan alokasi sumber daya tinggi. Namun, tidak dianggap penting oleh

pelanggan. Sehingga perusahaan / organisasi tidak perlu mengalokasikan sumber daya.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

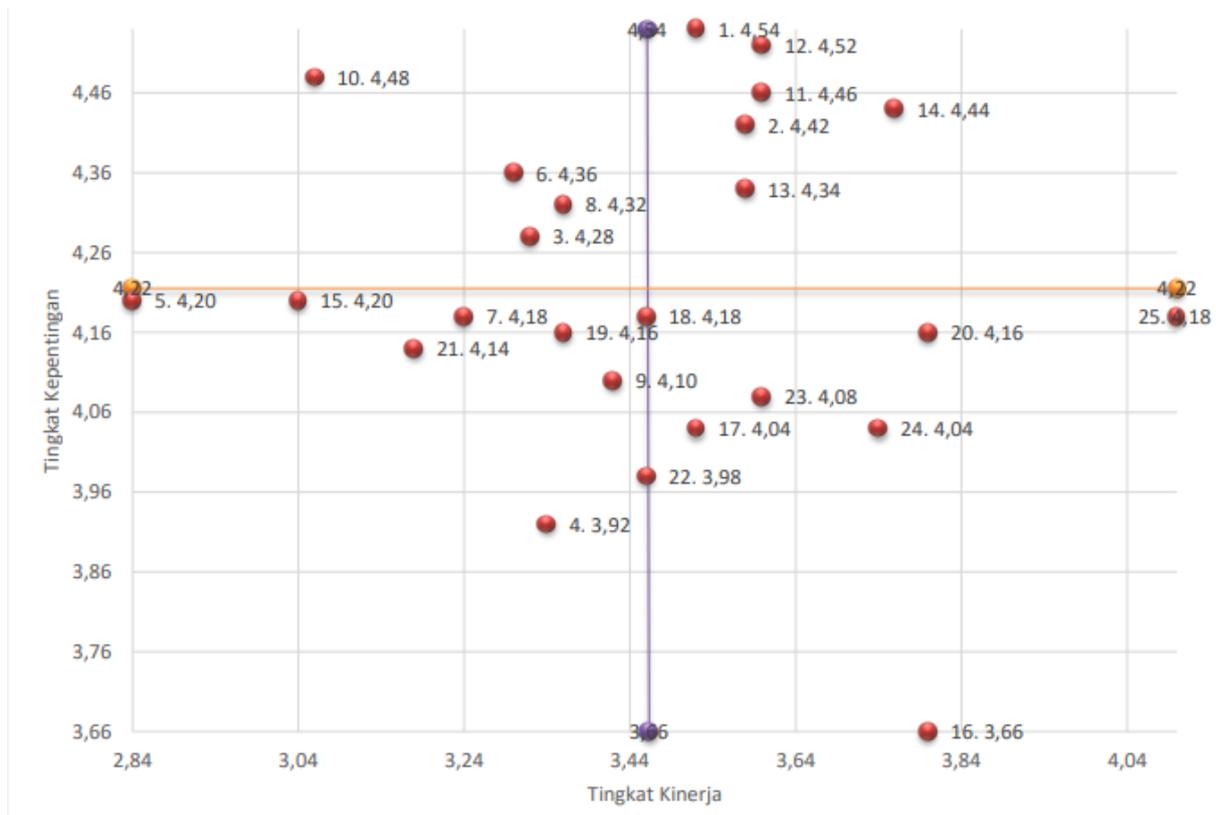
##### 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Ciri - Ciri Konsumen	Jumlah	Persentase
1	Jenis Kelamin	Perempuan	39	78%
2	Usia	19 - 29 Tahun	24	48%
3	Pendidikan	SMA	40	80%
4	Profesi	Pelajar	30	60%
5	Penghasilan	<Rp800.000	29	58%

Sumber : Data diolah 2024

Tabel diatas menunjukkan bahwa kebanyakan konsumen berjenis kelamin Perempuan, dengan ummur 19-29 tahun, berpendidikan SMA dan penghasilan yang didapat rata-rata sebesar kurang dari Rp.800.000,0091

## 2. Importance Performance Analysis



Keterangan :

- P.1. : Papan nama usaha terpampang dengan jelas
- P.2. : Desain papan usaha menarik
- P.3. : Lebar area pintu dirasa cukup dilalui
- P.4. : Dari jauh bangunan toko terlihat megah
- P.5. : Dari luar, desain toko terlihat menarik
- P.6. : Lingkungan toko terasa nyaman
- P.7. : Area parkir cukup luas untuk menampung kendaraan
- P.8. : Area dalam toko memiliki cat yang sangat bersih
- P.9. : Area dalam toko di cat dengan warna yang menarik

- P.10. : Area toko memiliki pencahayaan yang terang
- P.11. : Area toko memiliki aroma yang segar
- P.12. : Kebersihan toko terkontrol dengan baik
- P.13. : Di area toko di putar musik yang tenang (tidak berisik)
- P.14. : Di dalam toko Suhu udara terasa pas (tidak panas/tidak dingin)
- P.15. : Ruangan di dalam toko terasa luas
- P.16. : Toko menyediakan kursi dan area tunggu yang cukup
- P.17. : Jalur mobilitas tiap ruangan cukup untuk berlalu lalang
- P.18. : Toko memiliki akses toilet yang mudah
- P.19. : Ruang toilet memiliki dinding pembatas yang cukup memberikan privasi
- P.20. : Toko memiliki banner informasi promosi yang cukup
- P.21. : Toko memiliki dekorasi dinding yang menarik
- P.22. : Toko memiliki dekorasi dinding yang indah
- P.23. : Dekorasi dinding yang ada terlihat indah
- P.24. : Buku katalog produk yang tersedia telah dilengkapi dengan desain yang menarik
- P.25. : Tanda-tanda petunjuk yang ada tampak sangat jelas.

Dari diagram kartesius diatas dapat disimpulkan bahwa atribut – atribut tersebut terbagi menjadi 4 kuadran yaitu :

a. Kuadran 1

Kuadran 1 dalam analisis IPA menunjukkan atribut-atribut dengan tingkat kepentingan tinggi dan kinerja yang baik, sehingga perlu mendapat perhatian dan ditingkatkan lebih lanjut. Atribut-atribut yang termasuk dalam analisis IPA diantaranya :

No	Keterangan	Usulan
----	------------	--------

3	Pintu masuk memiliki lebar yang cukup untuk dilalui	Perusahaan harus fokus pada peningkatan kualitas layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, lalu meningkatkan kinerjanya agar lebih sesuai dengan harapan pelanggan. sehingga atribut ini dapat segera ditingkat sesuai dengan prioritas utama.
6	Lingkungan di sekitar toko nyaman	
8	Cat dinding di dalam toko terlihat bersih	
10	Pencahayaan di dalam toko sudah mencukupi dengan baik.	

b. Kuadran 2

Atribut di kuadran 2 di analisis IPA melihat atribut pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen dan kinerjanya sudah dianggap baik oleh konsumen, dan atribut di kuadran ini perlu di pertahankan atau lebih bagus sampai ditingkatkan. Diantaranya:

No	Keterangan	Usulan
1	Papan nama usaha terpampang dengan jelas	Perusahaan harus bisa mempertahankan kinerja dan pelayanannya karna dianggap sudah baik, konsumen sudah menganggap atribut yang ada
2	Desain papan usaha menarik	
11	Aroma yang ada di dalam toko terasa segar	
12	Area di dalam toko bersih	
13	Di area toko di putar musik yang tenang (tidak berisik)	

14	Di dalam toko Suhu udara terasa pas (tidak panas/tidak dingin)	dikuadran ini sudah dianggap sudah memuaskan konsumen Ketika berkunjung ke Indomaret. Jadi pihak Perusahaan harus bisa mempertahankannya.
----	--	---

c. Kuadran 3

Pernyataan yang ada di kuadran ini adalah pernyataan yang dianggap rendah oleh konsumen, sehingga pihak Perusahaan tidak perlu memprioritaskan pernyataan yang ada di kuadran ini. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini antara lain:

No	Keterangan	Usulan
4	Bangunan ini kelihatan megah dari kejauhan	perusahaan dapat mengembangkan
5	Desain toko ini terlihat sangat menarik dari luar	inovasi baru atau memperbaiki fitur-fitur
7	Area parkir cukup luas untuk menampung kendaraan	yang dinilai penting oleh konsumen namun
9	Warna cat dinding di dalam toko menarik	memiliki kinerja
15	area tiap ruangan di dalam toko terasa luas	rendah. Melalui
18	akses ke toilet yang mudah	implementasi strategi
19	dinding pembatas pada ruangan toilet sudah cukup memberikan privasi	ini, perusahaan diharapkan dapat
21	Dekorasi dinding yang ada terlihat menarik	meningkatkan kualitas produk atau layanan
22	Dekorasi dinding yang ada terlihat indah	Mereka dan

		meningkatkan kepuasan pelanggan, sehingga dapat menarik pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan Perusahaan.
--	--	--

d. Kuadran 4

Biasanya pernyataan atau atribut yang masuk kedalam kuadran 4 adalah faktor yang dianggap tidak penting oleh konsumen , sehingga akan lebih baik pihak Perusahaan mengalokasikannya ke atribut yang bisa Meningkatkan kemajuan Perusahaan. Diantaranya:

No	Keterangan	Usulan
16	Toko menyediakan kursi dan area tunggu yang cukup	Yang harus dilakukan oleh pihak Perusahaan pada atribut yang ada di kuadran ini ialah dengan cara Perusahaan harus bisa mengalokasikan variable di kuadran ini ke kuadran lain, karena atribut yang ada disini dianggap tidak penting oleh konsumen, sehingga untuk
17	Jalur mobilitas tiap ruangan cukup untuk belalu lalang	
20	Banner promosi yang ada sudah cukup memberikan informasi	
23	Toko memiliki dekorasi dinding yang indah	
24	Buku katalog produk yang tersedia sudah memiliki desain yang menarik.	
25	Tanda - tanda petunjuk yang sudah ada terlihat dengan jelas	

		kedepanya Perusahaan dapat mengalokasikan biaya yang di keluarkan di kuadran ini.
--	--	---

### 3. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) menilai kinerja dan pentingnya fitur produk atau jasa untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna. (Amri et al., 2020).

PERTANYAAN	WF	WS
1	4,3	15,2
2	4,2	15,0
3	4,1	13,5
4	3,7	12,4
5	4,0	11,3
6	4,1	13,7
7	4,0	12,9
8	4,1	13,8
9	3,9	13,3
10	4,3	13,0
11	4,2	15,2
12	4,3	15,4
13	4,1	14,7
14	4,2	15,8
15	4,0	12,1
16	3,5	13,2
17	3,8	13,5

18	4,0	13,7
19	3,9	13,3
20	3,9	15,0
21	3,9	12,5
22	3,8	13,1
23	3,9	13,9
24	3,8	14,3
25	4,0	16,3
	WT	346,2
CSI	69,23294743	

Berdasarkan perhitungan csi tersebut dapat diperoleh angka kepuasan pelanggan atas kinerja toko indomaret cabang wangun sindangsari adalah sebesar 69%.

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tentang kepuasan konsumen di toko Indomaret cabang Wangun Sindangsari, ditemukan beberapa temuan penting. Suasana toko yang nyaman dan menarik sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, membuat mereka merasa nyaman dan cenderung untuk kembali berbelanja di masa depan. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja toko ini mencapai 69%, menunjukkan bahwa layanan yang diberikan telah memenuhi kebutuhan sebagian besar pelanggan, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan. Analisis Kinerja Penting (IPA) menunjukkan bahwa beberapa atribut seperti lebar pintu masuk dan kenyamanan area dalam toko termasuk dalam kategori prioritas utama untuk diperbaiki, sehingga perusahaan harus fokus pada peningkatan kualitas layanan di area ini untuk memenuhi harapan pelanggan. Profil konsumen sebagian besar adalah perempuan dengan rentang usia 19-29 tahun dan berpendidikan SMA, serta sebagian besar berprofesi sebagai pelajar dengan penghasilan kurang dari Rp800.000 per bulan. Dari penelitian ini, disarankan agar perusahaan lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan pada atribut-atribut yang dianggap signifikan oleh konsumen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

## REFERENSI

- Amri, H. R., Studi, P., Informatika, T., Informasi, F. T., Catur, U., Cendekia, I., Subagio, R. T., Studi, P., Informatika, T., Informasi, F. T., Catur, U., Cendekia, I., Studi, P., Informatika, T., Informasi, F. T., Catur, U., & Cendekia, I. (2020). *Penerapan Metode CSI untuk Pengukuran Tingkat Kepuasan Layanan Manajemen*. 03(0), 241–252.
- ANINDITA, B. D. (2012). ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA ALFAMART TEMBALANG DARI DIMENSI PELAYANAN (Studi Kasus Pada Alfamart Jl. Ngesrep Timur V / 69, Kota Semarang). *Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*.
- Firdaus, M. F., & Nur, M. (2023). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Perangkat Lunak*, 5(3), 295–301.  
<https://doi.org/10.32520/jupel.v5i3.2721>
- Kasus, S., Citra, M., & Di, N. (2021). *Bisma*, Vol 6. No 8, Desember 2021. 6(8), 1775–1786.
- Katarika, D. M., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 162–171.  
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/1566>
- Manajemen, S. N., Akuntansi, E., Atmosphere, A. S., Usaha, L., & Produk, D. A. N. K. (2022). *Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop*. 2, 347–359.
- Mathematics, A. (2016). *Bab II tinjauan pustaka, teori kepuasan konsumen*. 1–23.
- Ormanovic, S. (2017). *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS : DIFFERENT APPROACHES*. January 2018.

Sanusi Mulyo Widodo, & Joko Sutopo. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1), 38–45.

Zafirahana, M. R. (2021). Kajian Musikalisasi Puisi “Sang Guru” Karya Panji Sakti (Diambil Dari Puisi Karya Nurlaelan Puji Jagad Dan Diaransemen Oleh Dorry Windhu Sanjaya). *Perpustakaan.Upi.Edu; Repository.Upi.Edu*, 1–12.  
file:///C:/Users/Rudi Rivalzi/OneDrive/Documents/SEMESTER 6/MK  
METODOLOGI PENELITIAN/kualitatif.pdf