

Metode *Important Performance Analysis* (IPA) untuk Menentukan Harapan Konsumen Alfamidi Rancamaya terhadap Kualitas Pelayanan *Store Atmosphere*

¹⁾ Rahmat Hidayat, ²⁾ Karmila, ³⁾ Azzahra Zettira Subhiani

⁴⁾ Abdul Hamid, ⁵⁾ Bunga Putri Andriyani

^{1,2,3,4,5)} Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Djuanda Bogor,

E-mail: ¹⁾ rachmattayadih1412@gmail.com, ²⁾ karmil2954@gmail.com,

³⁾ azzahrazettira09@gmail.com, ⁴⁾ abdulhamid080703@gmail.com,

⁵⁾ bungaputriandriyadi30@gmail.com

ABSTRAK

Industri ritel, khususnya minimarket kini menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat. Salah satu ritel yang berkembang di Indonesia adalah Alfamidi, termasuk Alfamidi Rancamaya yang harus bersaing dengan berbagai retail pesaing di sekitarnya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengevaluasi pelayanan *store atmosphere* dalam memenuhi harapan konsumen Alfamidi Rancamaya, serta menentukan strategi untuk mengatasi tantangan persaingan dan memastikan kelangsungan bisnis. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan mendistribusikan kuesioner kepada 50 responden yang merupakan konsumen di Alfamidi Rancamaya. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, dan data yang diperoleh diolah menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Alfamidi Rancamaya perlu melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap beberapa elemen *store atmosphere* dalam rangka menentukan harapan konsumen terhadap pelayanan *store atmosphere*.

Kata kunci: Harapan Konsumen, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere*, *Important Performance Analysis*

PENDAHULUAN

Saat ini, industri ritel khususnya minimarket telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat, menyediakan akses cepat serta kemudahan berbelanja. Bisnis ritel sendiri diartikan sebagai kegiatan jual beli yang diperuntukkan untuk konsumsi pribadi. Kotler & Armstrong (2017) berpendapat bahwa retailing atau perdagangan eceran mencakup segala kegiatan yang berkaitan dengan penjualan barang atau jasa kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi, bukan untuk

keperluan bisnis. Salah satu bisnis ritel yang banyak berkembang di Indonesia adalah Alfamidi. Menurut direksi MIDI dalam materi paparan publik yang disampaikan ke BEI pada 13 Maret 2024, bahwa gerai Alfamidi telah berdiri sebanyak 2.958 gerai, yang terdiri atas 2.208 gerai Alfamidi, 49 gerai Afamidi Super, 8 gerai Midi Fresh, dan sebanyak 693 unit gerai Lawson. Salah satu cabang Alfamidi yang sudah beroperasi adalah Alfamidi Rancamaya.

Alfamidi Rancamaya berlokasi di Jalan Mayjen H.E Sukma, RT. 003/RW. 002, Ciawi, Harjasari, Bogor Selatan, Harjasari, Kec. Bogor Sel., Kota Bogor, Jawa Barat 16138. Alfamidi Rancamaya selalu ramai dikunjungi oleh para konsumen terutama pada jam sibuk. Namun, meskipun berlokasi strategis di depan jalan raya dan tidak terlalu jauh dari pintu keluar perumahan Rancamaya, Alfamidi Rancamaya tetap harus bersaing dengan berbagai ritel pesaing yang berlokasi berdekatan. Oleh karena itu, menjaga loyalitas konsumen menjadi fokus utama, yang dapat dilakukan dengan meningkatkan kepuasan konsumen. Alfamidi menggunakan berbagai strategi pemasaran yang komprehensif untuk meningkatkan nilai merek, kesadaran merek, dan mempertahankan loyalitas konsumen baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Salah satunya adalah dengan memperbaiki kualitas pelayanan dengan menggunakan *Store Atmosphere*. Menurut Berman and Evan (2018), *store atmosphere* adalah ciri fisik yang dimiliki oleh sebuah toko untuk membentuk citra dan menarik minat pelanggan. *Store atmosphere* terdiri dari empat elemen yaitu *store exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display*. Keempat elemen ini penting dalam menciptakan suasana toko yang nyaman.

Pada Alfamidi, implementasi dari elemen-elemen *store atmosphere* terlihat dari desain toko yang menarik, lingkungan yang nyaman, fasilitas yang lengkap, informasi yang jelas, dan aksesibilitas yang baik, sehingga konsumen merasakan suasana yang nyaman. Secara umum, suasana yang ada pada Alfamidi di Indonesia cukup nyaman, dengan ukuran yang lebih besar dibandingkan dengan toko pesaing,

serta kelengkapan produk yang dijual seperti adanya makanan segar, daging olahan, dan makanan beku, menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen.

Dalam konteks ini, penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan *store atmosphere* di Alfamidi Rancamaya perlu dilakukan untuk menanggapi tantangan-tantangan persaingan dan memastikan kelangsungan bisnis yang berkesinambungan.

METODE PENELITIAN

Untuk mengumpulkan data penelitian secara terstruktur dan objektif, kami menggunakan metode kuantitatif yang dipadukan dengan strategi distribusi kuesioner. Sugiyono (2018), mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang dilakukan dengan pengolahan data sekunder, observasi, atau pengisian kuesioner sehingga menghasilkan data yang dapat dikuantifikasi. Setelah data dikumpulkan, teknik statistik diterapkan untuk menganalisis dan menghasilkan hasil yang dapat dipercaya dan tidak memihak. Google Forms digunakan untuk menyebarkan 65 kuesioner kepada pelanggan secara langsung untuk mengumpulkan data kuantitatif. Dari keseluruhan responden, hanya 50 tanggapan yang memenuhi kriteria, dengan informasi yang ditentukan oleh berbagai faktor termasuk jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan terakhir, dan pendapatan konsumen.

Purposive sampling digunakan dalam sampel. Menurut Sugiyono (2015), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sementara, data yang telah terkumpul di analisis menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA). Menurut Agia & Nurjannah (2022), IPA adalah prosedur untuk menunjukkan kepentingan relatif dari berbagai atribut dan kinerja suatu organisasi dalam menentukan atribut-atribut yang mendasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

KUALITAS PELAYANAN

Tjiptono (2007) menjelaskan bahwa kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta konsistensi dalam penyampaiannya untuk menyeimbangkan harapan konsumen. Selain itu, Hermawan (2018) mengemukakan bahwa kualitas layanan adalah serangkaian aspek khusus dari produksi atau pelayanan yang memiliki kapabilitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat dengan baik.

KINERJA PELAYANAN

Kinerja pelayanan adalah tingkat pencapaian standar mutu layanan yang diberikan oleh suatu organisasi atau institusi kepada masyarakat. Kinerja merujuk pada pelaksanaan fungsi-fungsi yang diharapkan dari individu, di mana kinerja yang baik melebihi harapan dan menetapkan standar tinggi bagi dirinya sendiri, serta konsisten dalam memenuhi atau bahkan melebihi standar yang diharapkan oleh orang lain (Whitemore, dalam Uno dan Nina, 2014). Sementara menurut Sinambela (2011: 5), pelayanan diartikan sebagai proses memberikan layanan kepada orang atau masyarakat yang memiliki kepentingan pada organisasi, sesuai dengan aturan dan prosedur yang telah ditetapkan.

HARAPAN KONSUMEN

Memahami harapan konsumen penting bagi suatu perusahaan untuk menyediakan layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi harapan tersebut. Menurut Hill (1992), harapan adalah apa yang diyakini konsumen sebagai hal yang harus diberikan oleh penyedia layanan. Sedangkan menurut Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) orang biasanya melihat apa yang mereka harapkan untuk dilihat, dan

apa yang mereka harapkan untuk dilihat biasanya berdasar atas kebiasaan dan pengalaman masa lalu.

STORE ATMOSPHERE

Suasana toko dimaksudkan untuk memberikan pelanggan pengalaman berbelanja yang spesifik. Menurut Endang Silaningsih dkk. (2024), suasana toko (*store atmosphere*) adalah salah satu faktor yang memengaruhi kemampuan sebuah toko untuk menciptakan kenyamanan bagi pelanggan saat mereka memilih barang. Sedangkan atmosfer toko didefinisikan oleh Berman & Evans (2018) sebagai atribut nyata suatu toko yang dapat menyampaikan kesan dan menarik pelanggan.

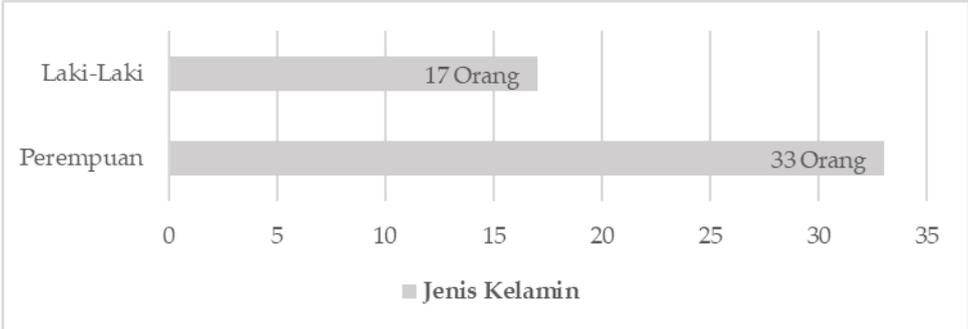
Bagian luar secara umum, interior, tata letak toko, dan tampilan interior adalah empat komponen yang membentuk suasana toko. Pelanggan dapat mengembangkan kepercayaan dan niat baik terhadap toko dengan melihat eksterior umum, yang merupakan wajah perusahaan dan mencerminkan keteguhan dan konsistensi budaya perusahaan dan sifat operasinya. Citra toko sangat dipengaruhi oleh fitur eksteriornya.

IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS

Importance Performances Analysis (IPA), menurut Algifari (2016), merupakan model multi-atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi bagaimana kinerja sebuah organisasi dalam memenuhi tingkat kepuasan pelanggan serta menilai kepuasan yang dianggap penting. Importance Performance Analysis (IPA), menurut Mudjanarko dkk. (2020), merupakan metode deskriptif yang memadukan teknik kualitatif dan kuantitatif untuk menganalisis data penelitian dan memberikan jawaban atas pertanyaan tentang derajat kepuasan pelanggan terhadap kinerja layanan. Importance Performance Analysis (IPA) menurut Purnomo & Riandadari (2015) adalah teknik yang digunakan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan dengan membandingkan derajat signifikansi dan derajat implementasi.

DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

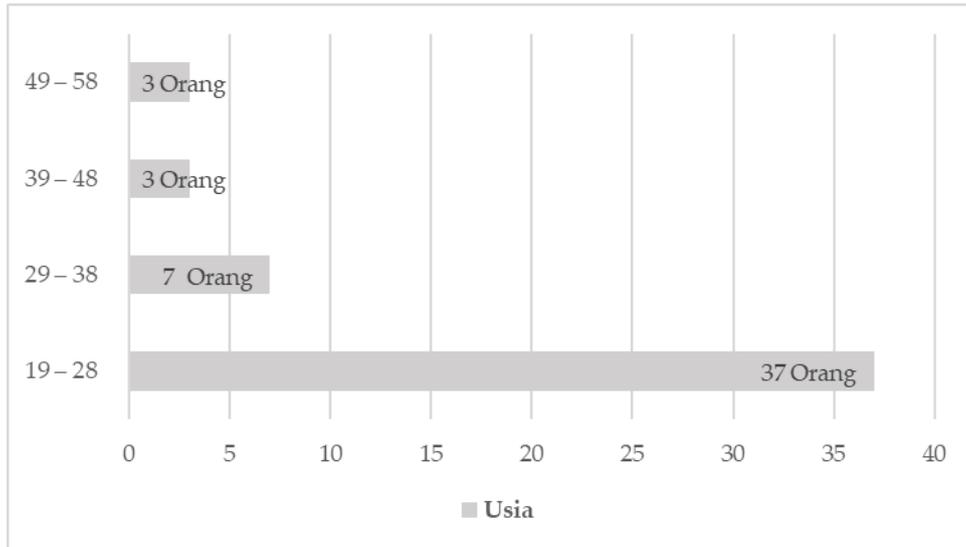
Berikut ini adalah informasi mengenai responden yang terlibat dalam penelitian ini, yang bertujuan untuk menilai ekspektasi konsumen terhadap *store atmosphere* di Alfamidi Rancamaya.



Gambar 1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: *Data diolah, 2024*

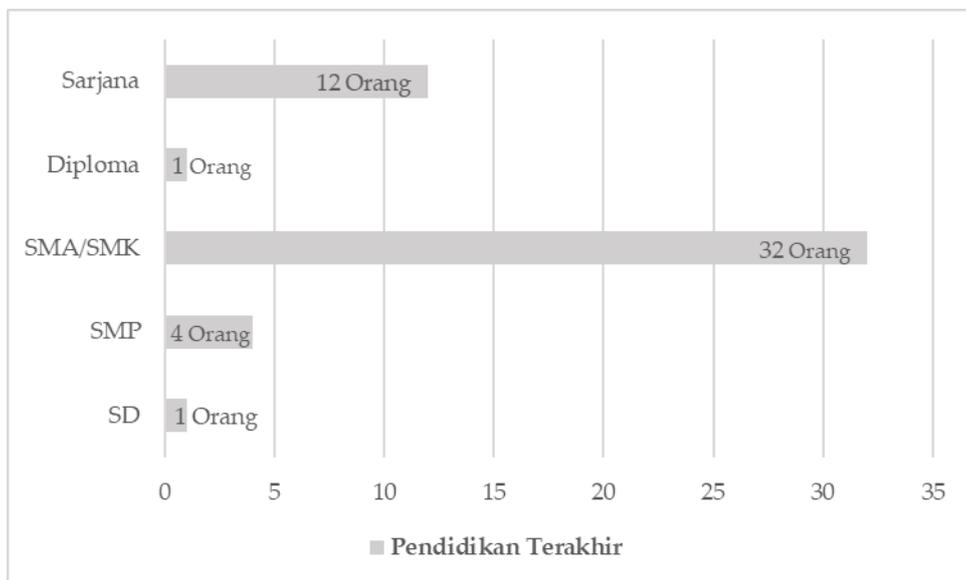
Berdasarkan diagram tersebut, diketahui bahwa terdapat 50 responden, dengan 17 orang berjenis kelamin laki-laki, dan 33 orang berjenis kelamin perempuan. Perempuan menjadi konsumen yang mendominasi, hal ini diduga karena perempuan lebih suka berbelanja dibanding laki-laki.



Gambar 2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia

Sumber: *Data diolah, 2024*

Berdasarkan diagram tersebut, dapat dilihat bahwa mayoritas konsumen dalam penelitian ini berusia 19 – 28 tahun yaitu sebanyak 37 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pada usia 19 – 28 tahun merupakan usia produktif untuk berbelanja ke minimarket.

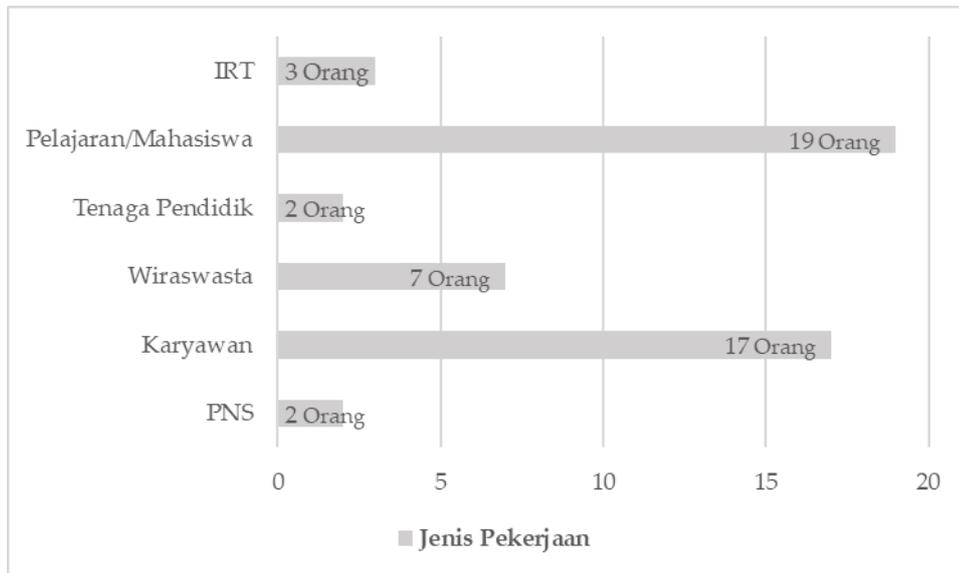


Gambar 3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Sumber: *Data diolah, 2024*

Berdasarkan diagram tersebut, dapat diketahui data konsumen dengan tingkat pendidikan SMA/SMK lebih mendominasi untuk menjadi konsumen dengan jumlah

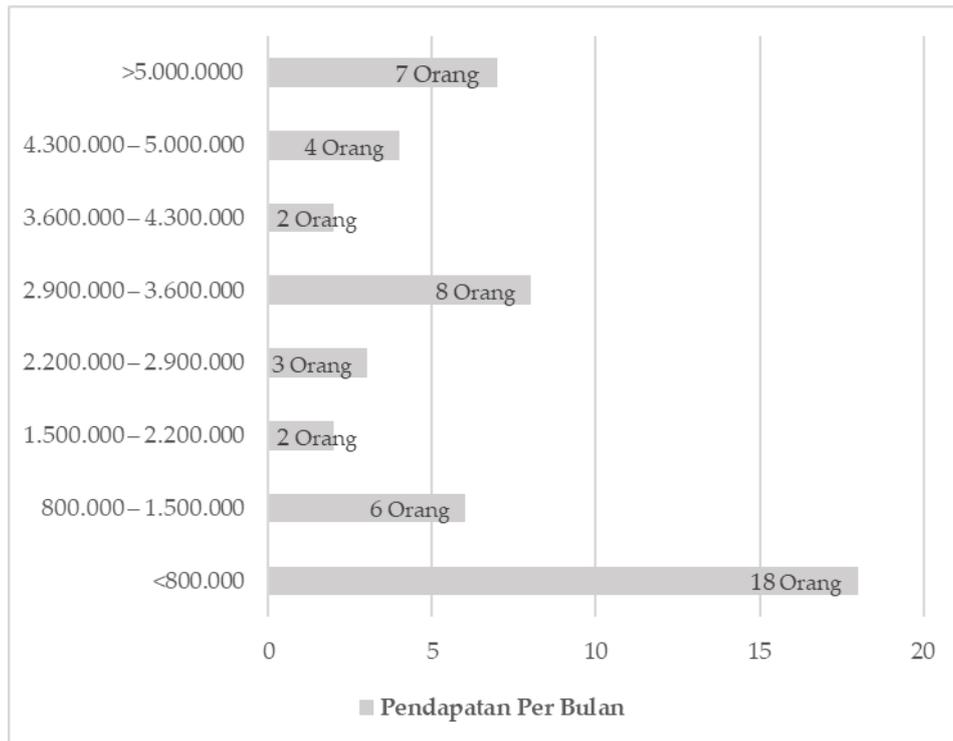
32 orang. Hal ini dikarenakan pada tingkat pendidikan SMA/SMK memiliki sikap superioritas yang tinggi dalam memilih tempat berbelanja dan tidak mempertimbangkan pengeluaran.



Gambar 4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Sumber: *Data diolah, 2024*

Berdasarkan diagram tersebut, dapat dilihat bahwa konsumen Alfamidi Rancamaya didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 19 orang. Hal ini dikarenakan kepopuleran Alfamidi Rancamaya sudah menjadi gaya hidup bagi pelajar/mahasiswa dan karyawan untuk berbelanja.



Gambar 5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Sumber: *Data diolah, 2024*

Berdasarkan diagram tersebut, diketahui bahwa mayoritas konsumen Alfamidi Rancamaya memiliki pendapatan <800.000 dengan jumlah 18 orang. Hal ini menunjukkan sebagian besar konsumen alfamidi Rancamaya adalah pelajar/mahasiswa yang belum memiliki pendapatan sendiri atau pendapatan tetap.

UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Menurut Sugiyono (2005) Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Selain validitas, alat ukur yang baik juga harus reliabel. Reliabilitas diterjemahkan dari kata *reliability* yang berarti hal yang dapat dipercaya (tahan uji). Berdasarkan hasil pengujian, variabel *store atmosphere* beserta subvariabelnya seperti *store exterior*, *general interior*, *store layout* dan *interior display* terbukti valid dan dapat diandalkan secara statistik.

PEMETAAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)

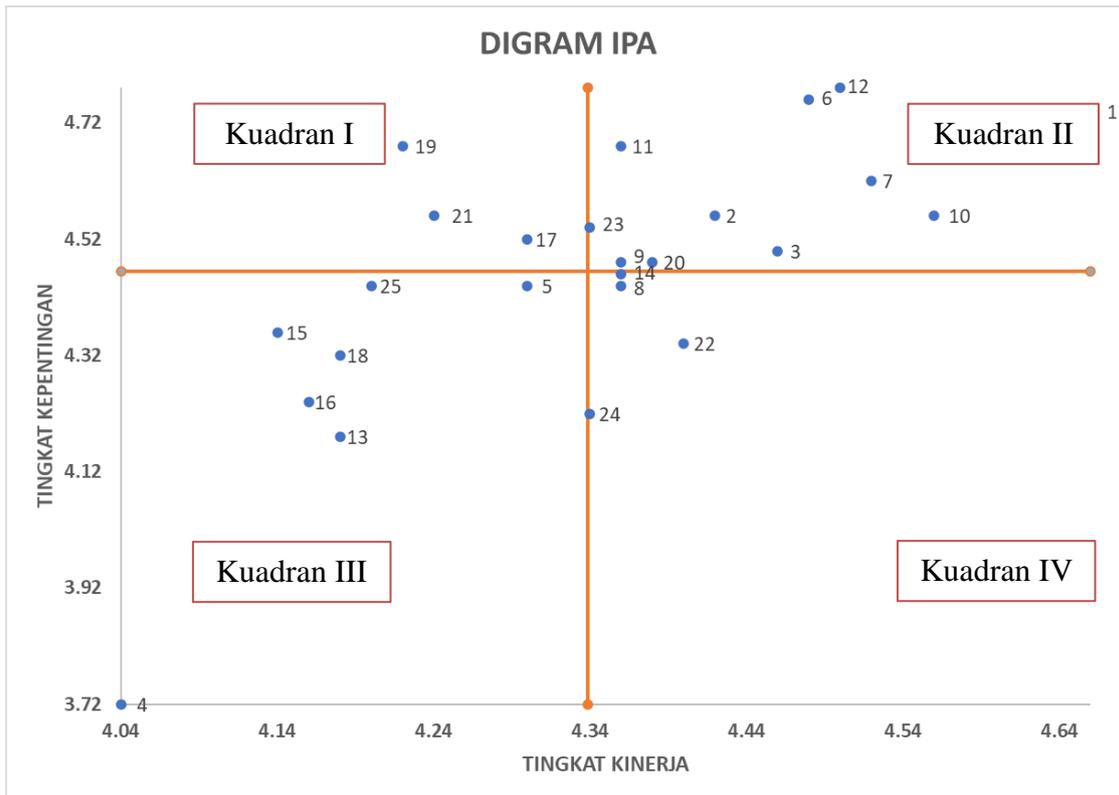
Berdasarkan kuesioner yang telah diberikan kepada para responden, berikut merupakan nilai rata-rata yang didapatkan dari setiap indikator yang digunakan sebagai bahan penelitian dalam ini.

Tabel Hasil Pemetaan IPA

No	Variabel <i>Store Exterior</i>	Kinerja (X)	Kepentingan (Y)	Selisih (Gap)
1	Papan nama usaha terlihat jelas	4.66	4.74	-0.08
2	Desain papan nama usaha menarik	4.42	4.56	-0.14
3	Pintu masuk cukup lebar untuk lalu lalang	4.46	4.50	-0.04
4	Bangunan tampak megah dari kejauhan	4.04	3.72	0.32
5	Desain luar toko menarik	4.30	4.44	-0.14
6	Lingkungan sekitar toko nyaman	4.48	4.76	-0.28
7	Tempat parkir cukup luas untuk kendaraan konsumen	4.52	4.62	-0.1
No	Variabel <i>General Interior</i>	Kinerja (X)	Kepentingan (Y)	Selisih (Gap)
8	Dinding toko memiliki cat yang tampak bersih	4.36	4.44	-0.08
9	Warna cat dinding di toko terlihat menarik dan tidak pudar	4.36	4.48	-0.12
10	Pencahayaan di dalam toko cukup terang	4.56	4.56	0
11	Aroma di dalam toko tercium segar	4.36	4.68	-0.32
12	Area dalam toko tampak bersih	4.50	4.78	-0.28
13	Suara atau musik di dalam toko terdengar tenang dan tidak berisik	4.18	4.18	0
14	Suhu di dalam toko terasa nyaman, tidak terlalu panas atau terlalu dingin	4.36	4.46	-0.1
No	Variabel <i>Store Layout</i>	Kinerja (X)	Kepentingan (Y)	Selisih (Gap)
15	Setiap ruangan di dalam toko terasa luas	4.14	4.36	-0.22
16	Jumlah kursi di ruang tunggu cukup untuk semua konsumen yang datang	4.16	4.24	-0.08

17	Jalur di setiap ruangan terasa lebar dan cukup untuk pergerakan	4.30	4.52	-0.22
18	Toilet mudah diakses	4.18	4.32	-0.14
19	Toilet memberikan cukup privasi	4.22	4.68	-0.46
No	Variabel <i>Interior Display</i>	Kinerja (X)	Kepentingan (Y)	Selisih (Gap)
20	Banner promosi menyediakan informasi yang memadai	4.38	4.48	-0.1
21	Penataan produk terlihat menarik	4.24	4.56	-0.32
22	Penataan produk terlihat estetik	4.40	4.34	0.06
23	Brosur katalog dan label harga memberikan informasi yang cukup	4.34	4.54	-0.2
24	Desain brosur katalog produk menarik	4.34	4.22	0.12
25	Tanda-tanda penunjuk terlihat jelas	4.20	4.44	-0.24
Mean		4.34	4.46	-0.12

Berdasarkan hasil pemetaan rata-rata nilai kinerja dan kepentingan pada konsumen Alfamidi Rancamaya, diketahui bahwa terdapat selisih nilai sebesar -0.12. Hal ini dapat diartikan bahwa Alfamidi Rancamaya perlu melakukan perbaikan pada kualitas pelayanan dalam memenuhi harapan konsumen. Maka untuk mengetahui secara lebih rinci mengenai indikator prioritas yang perlu diperbaiki oleh Alfamidi Rancamaya, berikut adalah diagram *Importance Performance Analysis* dari data tersebut.



Gambar 6. Hasil Diagram *Importance Performance Analysis* (IPA)

Sumber: Hasil Pengolahan Data Statistik dengan Ms.Excel

Berdasarkan ilustrasi yang terlampir, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran I

Atribut-atribut yang ada di kuadran ini dipersepsikan penting oleh konsumen namun kurang berhasil memenuhi harapan mereka. Faktor-faktor yang ada pada kuadran ini adalah (17) jalur di setiap ruangan terasa lebar dan cukup untuk pergerakan; (19) toilet memberikan cukup privasi; dan (21) penataan produk terlihat menarik. Atribut-atribut tersebut harus menjadi prioritas Alfamidi Rancamaya dalam peningkatan kinerja karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi. Ini menunjukkan area di mana Alfamidi Rancamaya perlu meningkatkan kinerja untuk memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

2. Kuadran II

Atribut-atribut yang terdapat di kuadran ini memiliki kepentingan yang besar dan beroperasi dengan efektif. Kuadran ini meliputi: (1) papan nama usaha terlihat

jelas; (2) desain papan nama usaha menarik; (3) pintu masuk cukup lebar untuk lalu lalang; (6) lingkungan sekitar toko nyaman; (7) tempat parkir cukup luas untuk kendaraan konsumen; (9) warna cat dinding di toko terlihat menarik dan tidak pudar; (10) pencahayaan di dalam toko cukup terang; (11) aroma di dalam toko tercium segar; (12) area dalam toko tampak bersih; (20) banner promosi menyediakan informasi yang memadai; dan (23) brosur katalog dan label harga memberikan informasi yang cukup.

3. Kuadran III

Atribut-atribut dalam kuadran ini menunjukkan kinerja yang rendah dan dianggap kurang penting oleh konsumen. Faktor-faktor yang termasuk di dalamnya adalah sebagai berikut: (4) bangunan tampak megah dari kejauhan; (5) desain luar toko menarik; (13) suara atau musik di dalam toko terdengar tenang dan tidak berisik; (15) setiap ruangan di dalam toko terasa luas; (16) jumlah kursi di ruang tunggu cukup untuk semua konsumen yang datang; (18) toilet mudah diakses; dan (25) tanda-tanda penunjuk terlihat jelas. Karena tingkat signifikansinya rendah, kualitas-kualitas ini juga tidak diprioritaskan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak terlalu memikirkan sifat-sifat ini, dan kinerja mereka jauh dari apa yang mereka harapkan.

4. Kuadran IV

Atribut-atribut yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting bagi konsumen, namun kinerja mereka tetap cukup tinggi meskipun tidak banyak diperhatikan. Ciri-ciri dari kuadran ini meliputi: (8) dinding toko memiliki cat yang tampak bersih; (14) suhu di dalam toko terasa nyaman, tidak terlalu panas atau terlalu dingin; (22) penataan produk terlihat estetik; dan (24) desain brosur katalog produk menarik. Yang sudah ada memiliki desain yang cantik. Alfamidi Rancamaya dapat mencurahkan sumber dayanya pada aspek-aspek yang memerlukan perbaikan namun mempunyai prioritas penanganan yang lebih tinggi karena faktor-faktor tersebut tidak begitu penting.

HASIL ANALISIS *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA)

Berikut ini merupakan rekapitulasi dari setiap atribut berdasarkan hasil analisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang dikategorikan ke dalam setiap kuadran.

Rekapitulasi Hasil Importance Performance Analysis

No	Kategori	Indikator
1	Kuadran I	<ul style="list-style-type: none"> Jalur di setiap ruangan terasa lebar dan cukup untuk pergerakan Toilet memberikan cukup privasi Penataan produk terlihat menarik
2	Kuadran II	<ul style="list-style-type: none"> Papan nama usaha terlihat jelas Desain papan nama usaha menarik Pintu masuk cukup lebar untuk lalu lalang Lingkungan sekitar toko nyaman Tempat parkir cukup luas untuk kendaraan konsumen Warna cat dinding di toko terlihat menarik dan tidak pudar Pencahayaan di dalam toko cukup terang Aroma di dalam toko tercium segar Area dalam toko tampak bersih Banner promosi menyediakan informasi yang memadai Brosur katalog dan label harga memberikan informasi yang cukup.
3	Kuadran III	<ul style="list-style-type: none"> Bangunan tampak megah dari kejauhan Desain luar toko menarik Suara atau musik di dalam toko terdengar tenang dan tidak berisik Setiap ruangan di dalam toko terasa luas Jumlah kursi di ruang tunggu cukup untuk semua konsumen yang datang Toilet mudah diakses Tanda-tanda penunjuk terlihat jelas.
4	Kuadran IV	<ul style="list-style-type: none"> Dinding toko memiliki cat yang tampak bersih

- Suhu di dalam toko terasa nyaman, tidak terlalu panas atau terlalu dingin
 - Penataan produk terlihat estetik
 - Desain brosur katalog produk menarik
-

Berdasarkan tabel tersebut, maka strategi yang dapat dilakukan Alfamidi Rancamaya adalah sebagai berikut:

1. Kuadran I

Strategi yang dapat dilakukan pada kuadran ini adalah dengan membuat perbaikan terus-menerus untuk meningkatkan tampilan produk di toko agar lebih menarik. Penataan barang harus dijaga dengan rapi untuk menciptakan ruang yang terasa luas dan nyaman bagi konsumen. Penting juga untuk memastikan privasi dalam fasilitas toilet dengan memisahkan antara toilet laki-laki dan perempuan.

2. Kuadran II

Alfamidi Rancamaya perlu mempertahankan dan meningkatkan kinerja tinggi untuk menjaga harapan konsumen. Untuk mencapai ini, mereka dapat membersihkan area depan secara teratur. Di samping itu, penting untuk menyusun parkir agar mencukupi untuk kendaraan konsumen. Melakukan pembersihan rutin sebelum dan setelah buka serta menjaga *maintenance* gedung secara berkala akan meningkatkan kenyamanan konsumen. Memberikan informasi yang jelas di banner promosi dan brosur katalog seperti nama produk, harga, dan promosi saat ini akan membantu menarik minat konsumen secara efektif.

3. Kuadran III

Alfamidi Rancamaya perlu mengevaluasi keberlanjutan dan relevansi atribut yang kurang penting. Untuk mempertahankan kinerja yang baik, mereka dapat menciptakan penampilan yang megah dan menarik. Memilih musik yang menenangkan untuk menjaga kenyamanan konsumen adalah langkah yang tepat. Menyediakan kursi tunggu yang tidak mengganggu tata letak bisa meningkatkan

kenyamanan konsumen. Penempatan tanda penunjuk yang jelas akan membantu konsumen menemukan informasi dengan mudah.

4. Kuadran IV

Alfamidi Rancamaya perlu mengevaluasi ulang kebutuhan dan sumber daya yang dialokasikan, dengan mempertimbangkan untuk mengalihkan perhatian ke area yang lebih penting bagi konsumen. Salah satu strategi yang bisa dilakukan adalah mengurangi alokasi variabel pada kuadran ini untuk menghemat biaya.

KESIMPULAN

Alfamidi Rancamaya perlu terus melakukan evaluasi terhadap semua elemen yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Fokus harus diberikan dalam meningkatkan kinerja pada atribut yang dianggap penting oleh konsumen, sambil juga mengelola secara efisien sumber daya dengan mempertimbangkan pengurangan alokasi variabel pada area yang kurang penting. Hal ini akan membantu memastikan bahwa toko tidak hanya terlihat menarik dari luar, tetapi juga memberikan pengalaman yang nyaman dan memuaskan bagi setiap konsumen.

REFERENSI

- Ilham, S., Silaningsih, E., Kartini, T., & Gemina, D. (2024). PENINGKATAN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI STRATEGI STORE ATMOSPHERE. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(01), 186-200.
- Sari, M. N., & Maimunah, E. (2023). Konsentrasi Industri Perdagangan Beras Eceran Dikecamatan Panjang Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Journal on Education*, 6(1), 6448-6456.
- Putri, N. F. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Mal Kelapa Gading Jakarta Utara/Nanda Faturrohmi Putri/22160420/Pembimbing: Tumpal JR Sitinjak.

- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Hidayat, E. S. (2019). Kinerja pelayanan birokrasi dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. *Dinamika: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 6(2).
- Agia, L. N., & Nurjannah, H. (2022). Analisis Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia Menggunakan Importance Performance Analysis. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(2), 1570-1574.
- Saputri, E. D., & Pd, S. (2018). Analisis Pelayanan Publik Pemerintahan Desa Tlanak Kecamatan Kedungpring Kabupaten Lamongan. *JPAP J. Penelit. Adm. Publik*, 4(1), 962-968.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Ofset
- Hermawan, S. (2018). *Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang* (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).
- Hamzah B. Uno & Nina Lamatenggo, *Teori Kinerja dan Pengukurannya*, (Jakarta Bumi Aksara, 2014), hal. 60
- Hill, A.V. (1992). *Field service management*. Illinois: Richard D. Irwin, Inc.
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (2007). *Consumer behavior (9thed)*. New Jersey Prentice Hall.
- Berman, Barry, and J.R Evans. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*, Global Edition, Edisi 13. 13th ed. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Algifari. (2016). *Mengukur Kualitas Layanan Dengan Indeks Kepuasan, Metode*

Importance Performance Analysis Dan Model Kano. Revision. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Mudjanarko, Sri Wiwoho, Dwi Sulastri, and Atik Wahyuni. (2020). *Scopindo Medika Pustaka Metode Importance Performance Analysis (IPA) Untuk Mengukur Kinerja Prasarana Kereta Api Melalui Kepuasan Pelanggan*.

Purnomo, Wirdha, and Dyah Riandadari. (2015). "Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode IPA (Importance Performance Analysis) Di PT. Arina Parama Jaya Gresik." *Jurnal Teknik Mesin*, 03(3): 54–63.

Sugiyono. (2005). *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.