

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan strategi deskriptif. Menurut Sugiyono (2017: 8) penelitian kuantitatif adalah metoda penelitian yang berlandaskan filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengambilan sampel dilakukan secara acak/*random* dan data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori dengan mengukur variabel penelitian dengan angka dan menganalisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro dan Supomo, 2016: 12). Sedangkan penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2013: 7) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antar satu variabel dengan variabel lainnya. Alasan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dikarenakan data yang dianalisis bersifat kuantitatif yang didapatkan dari hasil kuesioner sebagai alat pengumpulan data dan menggunakan strategi deskriptif dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan variabel mandiri yaitu kualitas pelayanan (*e-servqual*). Pada penelitian ini digunakan metoda survei secara *time series*. Penelitian menggunakan metoda survei dikarenakan data yang digunakan bersifat kuantitatif dan diambil dengan menyebar kuesioner kepada responden yaitu pengguna aplikasi Shopee dan menggunakan *time series* karena penelitian ini dilakukan selama periode tertentu.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019: 126). Populasi umum dalam penelitian ini adalah semua pengguna aplikasi Shopee atau

orang yang pernah berbelanja pada *marketplace* Shopee di Indonesia. Seluruh jumlah pengguna aplikasi Shopee sulit untuk diketahui, maka peneliti menentukan populasi sasaran agar yaitu pengguna aplikasi Shopee yang berada di Kecamatan Pulogadung, Jakarta Timur dan pernah berbelanja minimal 2 kali selama bulan Mei-Agustus 2021. Alasan lingkup penelitian dibatasi agar penelitian yang dilakukan dapat lebih akurat dan spesifik terhadap wilayah dan periode waktu tertentu.

3.2.2. *Sampling dan sampel penelitian*

Sampel merupakan sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik populasi (Sugiyono, 2011: 81). Sampel adalah bagian atau wakil dari suatu populasi yang mempunyai sifat dan karakteristik yang sama dan sesuai dengan populasi yang telah ditentukan.

Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan diteliti dalam penelitian kali ini yaitu menggunakan teknik *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2015: 84) *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini, model *non probability sampling* yang dipilih adalah menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan karakteristik atau pertimbangan tertentu. Alasan peneliti memakai *sampling* ini yaitu untuk generalisasi terhadap populasi yang tidak begitu penting, dibanding dengan penemuan yang diperoleh ketika melakukan sebuah penelitian.

Sampel yang diambil dari penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Pernah berbelanja di Shopee minimal 2 kali selama bulan Mei-Agustus 2021.
2. Berusia minimal 17 tahun
3. Berada di Kecamatan Pulogadung, Jakarta Timur

Alasan dipilih kriteria tersebut adalah agar dapat mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat dan spesifik. Rumus pengambilan sampel menurut Wibosono (2003) dalam Riduwan dan Akdon (2013) :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right)^2 \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95% = 1,96.

σ = standar deviasi 25%

e = error (batas kesalahan = 5%)

Berdasarkan rumus tersebut, maka hasil perhitungan yang diperoleh yaitu :

$$n = \left(\frac{1,96 \cdot 0,25}{5\%} \right)^2$$

$$n = 96,04$$

Batas kesalahan atau *margin of error* dalam penelitian ini adalah 5%, sehingga tingkat akurasi sebesar 95%. Untuk meminimalisir kesalahan dan mendapatkan hasil penelitian yang maksimal, serta memudahkan dalam mengolah dan menganalisis data maka peneliti menetapkan sampel menjadi 97 orang.

3.3. Data dan metoda pengumpulan data

3.3.1. Jenis data

Data yang digunakan pada penelitian ini dibagi 2, yaitu :

1. Data primer

Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya (responden). Data responden diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Shopee. Data primer dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Shopee. Sumber data diperoleh secara langsung dari responden penelitian.

2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti melalui media perantara (Indriantoro dan Supomo, 2016: 147). Data sekunder pada penelitian ini yaitu informasi yang dibutuhkan peneliti berkaitan dengan pengguna internet di Indonesia, pengguna marketplace di Indonesia, serta tentang perusahaan Shopee. Sumber data diperoleh melalui APJII, jurnal, dan internet.

3.3.2. Metoda pengumpulan data

1. Pengumpulan data primer

Metoda yang digunakan dalam pengumpulan data primer adalah metoda survei, yaitu metoda pengumpulan data yang diperoleh secara langsung menggunakan pertanyaan lisan atau tertulis. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data dalam metoda survei yaitu dengan kuesioner. Kuesioner adalah alat penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan secara tertulis bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dari responden.

Kuesioner dapat berupa pernyataan atau pertanyaan terbuka atau tertutup. Pertanyaan terbuka adalah pertanyaan yang mengharapakan responden untuk menuliskan jawabannya berbentuk uraian terhadap pertanyaan yang diajukan, sedangkan pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya sehingga akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner tertutup. Alasan peneliti menggunakan kuesioner tertutup adalah untuk memudahkan responden dalam memberikan jawaban serta memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data. Kuesioner dibuat dengan memecah variabel ke dalam indikator yang terdiri dari beberapa sub indikator, kemudian dari sub indikator tersebut dibuat sebagai dasar pertanyaan atau pernyataan oleh peneliti.

Untuk pengumpulan data kuesioner dibuat dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap dengan menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap subjek, objek, atau topik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2016: 104). Pada penelitian ini peneliti melakukan modifikasi skala *likert* dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung dalam 5 skala likert, yaitu kategori jawaban yang berada di tengah berdasarkan 3 alasan yaitu :

- (1) Kategori tersebut memiliki arti ganda dan responden seringkali tidak dapat memutuskan atau memberikan jawaban.
- (2) Tersediannya jawaban di tengah itu menimbulkan kecenderungan menjawab ke tengah .

(3) Modifikasi skala likert digunakan untuk mengetahui kecenderungan responden untuk setuju atau tidak setuju terhadap suatu pernyataan atau pertanyaan.

Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan 4 skala likert, yaitu jika jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1, tidak setuju (TS) skor 2, setuju (S) skor 3, dan sangat setuju (SS) skor 4. Untuk membuat pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner penelitian, peneliti menggunakan indikator dan sub indikator sebagai dasar pertimbangan dalam membuat pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.1. Indikator dan Sub Indikator Variabel *E-servqual*

Indikator	Sub Indikator	No. Item
<i>Efficiency</i> (Efisiensi)	Mudah mencari produk yang diinginkan dan mendapatkan informasi tentang produk tersebut	1
	Dapat meninggalkan aplikasi/ <i>website</i> Shopee dengan mudah	2
	Aplikasi atau <i>website</i> Shopee mudah untuk diakses dimana saja dan kapan saja	3
<i>Fulfillment</i> (Pemenuhan)	Penjual mengirim pesanan sesuai yang dijanjikan atau dipesan.	4
	Pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan	5
	Stok produk selalu tersedia atas barang yang ingin dipesan	6
	Semua informasi yang diberikan Shopee benar apa adanya	7
	Penawaran atau promo yang diberikan sesuai apa adanya	8
<i>Reliability</i> (Reliabilitas)	Fitur-fitur yang terdapat di aplikasi/ <i>website</i> Shopee berfungsi dengan baik	9
	Sistem di aplikasi/ <i>website</i> shopee jarang terjadi kendala.	10
	Aplikasi/ <i>website</i> Shopee dapat diakses dengan lancar ketika digunakan.	11
<i>Privacy</i> (Privasi)	Data pribadi pelanggan Shopee terlindungi dan tidak akan disebarluaskan kepada pihak lain	12
	Shopee melindungi informasi mengenai kartu kredit/debit pelanggan	13
	Data transaksi pelanggan Shopee terlindungi	14
<i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	Penjual cepat memberikan tanggapan terkait pertanyaan seputar produk yang dijual	15
	Adanya garansi produk dari penjual kepada pelanggan	16
<i>Compensation</i> (Kompensasi)	Pengembalian dana jika barang rusak atau tidak sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan	17
	Mengembalikan dana apabila produk tidak dapat dikirim atau tidak jadi dipesan/ <i>cancel</i>	18
<i>Contact</i> (Kontak)	Tersedia kontak yang dapat dihubungi (telepon, email, chat) selama 24 jam untuk melayani masalah pelanggan	19
	<i>Customer service</i> merespon pertanyaan atau keluhan dengan baik dan cepat	20

Untuk mendapatkan data yang valid, instrument alat ukur yang digunakan harus valid. Valid instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang perlu diukur (Sugiyono, 2014: 121). Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi pengguna Shopee terhadap harapan dan kenyataan yang sebenarnya. Dari kuesioner tersebut akan didapat data untuk mengetahui *gap* antara harapan dan kenyataan pengguna aplikasi Shopee, *gap* ini dapat dijadikan masukan bagi manajemen Shopee dalam pengembangan aplikasi untuk meningkatkan kepuasan pengguna (Sastika, 2018: 72). Sebelum menyebarkan kuesioner, dilakukan uji terlebih dahulu terhadap responden untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner.

(1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013: 53). Penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25. Uji Validitas bisa dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom*(df) = $n-2$ dengan alpha 0,05, dimana n adalah jumlah sampel. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Dalam pengambilan keputusan untuk menguji validitas indikatornya adalah (Ghozali, 2013) :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

(2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan apakah butir-butir pernyataan dalam kuesioner sudah reliabel dan konsisten untuk mengukur gejala yang sama pada responden (Astuti dan Salisah, 2016: 46). Jika tanggapan seseorang tersebut terhadap pernyataan tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, kuesioner dianggap reliabel atau dapat dipercaya. (Ghozali, 2011). Instrumen yang reliabel adalah instrumen memberikan hasil

yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran berulang dalam kelompok yang sama, sepanjang aspek yang diukur tidak berubah.. Pada penelitian ini menggunakan metoda *Cronbach Alpha* dengan menentukan jika nilai *Cronbach alpha* didapatkan $> 0,70$ maka dinyatakan reliabel (Ghozali, 2013: 47)

2. Pengumpulan data sekunder

Metoda pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data sekunder adalah dengan cara menggunakan bahan dokumen atau dokumentasi. Peneliti tidak secara langsung mengambil data sendiri tetapi meneliti dan memanfaatkan data yang dihasilkan atau diperoleh dari pihak-pihak lain. Dokumen yang diambil bisa berbentuk buku, arsip, jurnal, dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah suatu dimensi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan. Variabel kualitas pelayanan (*e-servqual*) diukur dengan 7 indikator, yaitu *efficiency* (efisiensi), *fulfillment* (pemenuhan), *reliability* (reliabilitas), *privacy* (privasi), *responsiveness* (responsif), *compensation* (kompensasi), *contact* (kontak). Dalam penelitian ini, *efficiency* adalah kemudahan dan kecepatan untuk menggunakan aplikasi atau situs web Shopee, *fulfillment* adalah segala layanan, transaksi dan pengiriman produk yang dilakukan Shopee dapat sesuai yang diharapkan, *reliability* yaitu fitur dan sistem yang ada pada aplikasi Shopee tidak terdapat masalah dan dapat digunakan dengan lancar, *privacy* yaitu Shopee menjamin kerahasiaan data pribadi pelanggan dan tidak membocorkannya kepada pihak manapun, *responsiveness* adalah penjual merespon masalah atau keluhan pelanggan dengan cepat, *compensation* yaitu Shopee memberikan kompensasi atau ganti rugi seperti pengembalian uang atau barang jika barang yang dipesan tidak sesuai atau

rusak, sedangkan *contact* yaitu Shopee memberikan informasi kontak yang dapat dihubungi jika pengguna mengalami masalah atau ingin bertanya sesuatu hal.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1. Pengolahan data

Metoda analisis data merupakan tahapan proses penelitian dimana data yang sudah dikumpulkan kemudian diolah untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Data penelitian yang telah dikumpulkan dari pembagian kuesioner *online* (*google form*) selanjutnya diolah kemudian dianalisis. Data yang diolah menggunakan program SPSS versi 25. Tujuan menggunakan program ini adalah agar membantu peneliti dalam menganalisis data yang sulit dihitung secara manual dan mempersingkat waktu perhitungan.

3.5.2. Metoda penyajian data

Setelah data dikumpulkan dan diolah kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan gambar. Alasan menggunakan tabel dan gambar agar data dapat mudah dibaca dan dimengerti.

3.5.3. Analisis statistik data

Setelah data terkumpul selanjutnya data tersebut dianalisis, analisis data yang digunakan adalah metoda *Servqual*, IPA, dan Diagram Kartesius.

1. Metoda *Servqual*

Menurut Zeithaml, *et.al* (1990), *Servqual* dapat didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima. Harapan pelanggan pada dasarnya sama dengan pelayanan seperti apa yang seharusnya diberikan perusahaan (Shopee) kepada pelanggan. Data yang diperoleh melalui instrumen *servqual* dapat digunakan untuk menghitung skor *gap*/kesenjangan kualitas pelayanan di berbagai level (Tjiptono dan Chandra, 2014: 157). Analisis kesenjangan atau *gap servqual* dirancang untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan. Cara untuk mengetahui kualitas pelayanan adalah dengan mencari *gap* atau perbedaan antara kinerja yang diberikan dengan harapan dari sudut pandang pelanggan.

Langkah-langkah yang perlu dilakukan pada metoda *servqual* adalah sebagai berikut :

- (1) Menentukan rata-rata nilai persepsi (\bar{P}) untuk setiap variabel.

$$\bar{P} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i}{n} \dots\dots\dots(3.2)$$

Keterangan :

P_i = Nilai persepsi yang diberikan pelanggan untuk pertanyaan ke -i

n = Jumlah responden

- (2) Menentukan rata - rata nilai harapan (\bar{E}) untuk setiap variabel.

$$\bar{E} = \frac{\sum_{i=1}^n E_i}{n} \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

E_i = Nilai harapan yang diberikan pelanggan untuk pertanyaan ke-i

n = Jumlah responden

- (3) Menentukan *Servqual Score* (S) untuk setiap variabel.

$$Servqual = Skor P - Skor E \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan:

P = Persepsi pelanggan atas kinerja pelayanan aktual yang dirasakan.

E = Harapan pelanggan atas pelayanan yang diperoleh.

Setelah skor *Servqual* diperoleh, maka akan dapat disimpulkan mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan, dengan kriteria sebagai berikut :

- (1) Apabila skor *Servqual* positif (lebih besar dari nol), berarti tingkat persepsi lebih tinggi dibandingkan tingkat harapan, sehingga pelayanan bisa dikatakan sangat memuaskan.
- (2) Apabila skor *Servqual* negatif (lebih kecil dari nol), berarti tingkat persepsi lebih tinggi dibandingkan tingkat harapan, sehingga pelayanan bisa dikatakan tidak memuaskan.
- (3) Apabila skor *Servqual* nol (sama dengan nol), berarti tingkat persepsi sama dengan yang diharapkan, sehingga pelayanan bisa dikatakan memuaskan.

2. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Important Performance Analysis (IPA) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seseorang/pelanggan atas kinerja suatu perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan cara membandingkan tingkat harapannya dengan kinerja perusahaan yang dirasakan. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/persepsi dengan skor kepentingan/harapan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor kinerja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Menurut Supranto (2006: 241) rumus yang digunakan adalah :

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \dots\dots\dots(3.5)$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja

Y_i = Skor penilaian kepentingan

i = Indikator ke- i ($i = 1,2,\dots,20$)

Kriteria penilaian tingkat kesesuaian pelanggan :

- (1) Apabila tingkat kesesuaian $> 100\%$, berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan, maka pelayanan sangat memuaskan.
- (2) Apabila tingkat kesesuaian nasabah = 100% , berarti kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan, maka pelayanan telah memuaskan
- (3) Apabila tingkat kesesuaian $< 100\%$ berarti kualitas layanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan, maka pelayanan belum memuaskan.

Selanjutnya, sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat dihitung dengan rumus (Supranto, 2006: 241):

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \dots\dots\dots(3.6)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots(3.7)$$

Keterangan :

\bar{X} = Skor rata – rata tingkat kinerja / kepuasan

\bar{Y} = Skor rata – rata tingkat kepentingan / harapan

n = Jumlah responden

Analisis kesesuaian dilakukan dengan menghitung tingkat kesesuaian terlebih dahulu, lalu menghitung nilai rata-rata harapan dan persepsi untuk masing masing pernyataan (faktor). Faktor-faktor tersebut diperingkatkan kemudian dikelompokkan menjadi empat bagian kuadran dalam Diagram Kartesius.

3. Diagram Kartesius

Diagram Kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas 4 bagian yang dibatasi oleh 2 buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik ($\bar{X}\bar{Y}$). Dimana \bar{X} adalah rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata skor tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui indikator jasa pelayanan yang memuaskan atau tidak memuaskan konsumen. Rumus yang digunakan menurut Supranto (2006: 242) adalah:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_i}{K} \text{ dan } \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_i}{K} \dots\dots\dots(3.8)$$

Keterangan :

$\bar{\bar{X}}$ = Rata-rata dari rata-rata skor kinerja

$\bar{\bar{Y}}$ = Rata-rata dari rata-rata skor kepentingan

K = Banyaknya atribut/faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan

\bar{X}_i = Rata-rata dari bobot penilaian terhadap kinerja

\bar{Y}_i = Rata-rata dari bobot penilaian terhadap kepentingan

Diagram Kartesius digunakan untuk memetakan atribut-atribut kualitas jasa pelayanan yang telah dianalisis. Nilai atribut X dan Y digunakan sebagai pasangan koordinasi titik-titik memposisikan letak suatu atribut dalam Diagram Kartesius. Penjabaran Diagram Kartesius dapat dilihat pada Gambar 2.1

Hasil dari Diagram Kartesius dapat dijabarkan sebagai berikut :

(1) Kuadran A (Prioritas utama)

Kuadran ini menunjukkan hasil skor kepentingan/harapan tinggi tetapi skor kinerja/kenyataan rendah. Oleh sebab itu, perusahaan perlu meningkatkan kinerja dari faktor atau atribut yang terdapat dalam kuadran ini agar dapat memuaskan pelanggan.

(2) Kuadran B (Pertahankan prestasi)

Kuadran ini menunjukkan hasil skor kepentingan/harapan dan kinerja/kenyataan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berhasil memuaskan pelanggan dari pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mempertahankan kualitas pelayanannya.

(3) Kuadran C (Prioritas rendah)

Kuadran ini menunjukkan hasil skor kepentingan/harapan dan kinerja/kenyataan rendah. Jika perusahaan ingin melakukan perbaikan terhadap atribut dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat apakah faktor atau atribut itu memiliki pengaruh yang besar atau kecil terhadap kepuasan pelanggan, jika memiliki pengaruh yang kecil maka perusahaan tidak perlu memberikan perhatian lebih kepada atribut dalam kuadran ini karena memiliki pengaruh kecil pada kepuasan pelanggan.

(4) Kuadran D (Berlebihan)

Kuadran ini menunjukkan hasil skor kepentingan/harapan rendah tetapi skor kinerja/kenyataan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor atau atribut dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali. Atribut pada kuadran ini perlu dipertimbangkan untuk dikurangi dan dapat

dialihkan ke atribut-atribut yang lain yang memiliki pengaruh yang tinggi bagi kepuasan pelanggan.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Importance Performance Analysis* merupakan cara untuk menganalisis tingkat harapan dan kinerja dari suatu pelayanan dan dapat dilihat pada empat kuadran diagram kartesius yaitu kuadran A yang merupakan prioritas utama, kuadran B dimana suatu layanan dipertahankan, kuadran C yang merupakan prioritas rendah, dan kuadran D dimana pelanggan merasa berlebihan pada atribut ini.