

# **Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Importance Performance Analysis* Dan *Potential Gain In Customer Value* Di PT Capsugel Indonesia**

**Muhamad Fariz Fadhlillah<sup>1</sup>, Endang Suhendar<sup>2</sup>**

**Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta**

**JL. Raya Tengah No. 80 Kelurahan Gedung, Pasar Rebo Jakarta Timur**

**Email: [farizfadhlillah75@gmail.com](mailto:farizfadhlillah75@gmail.com)<sup>1</sup>, [bimtaendangunindra@gmail.com](mailto:bimtaendangunindra@gmail.com)<sup>2</sup>**

## **Abstrak**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor kepuasan pelanggan yang mempengaruhi kualitas pelayanan PT Capsugel Indonesia dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dan *Potential Gain in Customer Value* yang merupakan pelanggan PT Capsugel Indonesia. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* dan *Potential Gain in Customer Value*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PT Capsugel Indonesia perlu diperbaiki. Atribut-atribut yang terdapat pada Kuadran I yang menjadi prioritas utama adalah atribut PT Capsugel Indonesia memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang memadai untuk mendukung pelayanan pelanggan dan karyawan melayani dengan cepat dan tepat. Atribut yang terdapat pada kuadran IV dan menjadi berlebihan adalah atribut prosedur pelayanan yang diberikan PT Capsugel Indonesia tidak berbelit-belit. Sedangkan atribut yang harus diprioritaskan untuk perbaikan menurut indeks PGCV adalah kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Importance Performance Analysis* dan *Potential Gain in Customer Value*.**

## **Abstract**

The purpose of this study is to analyze the customer satisfaction factors that affect the service quality of PT Capsugel Indonesia by using the *Importance Performance Analysis* and *Potential Gain in Customer Value* methods which are customers of PT Capsugel Indonesia. The method of determining the sample used is *probability sampling*. The analytical method used in this research is *Importance Performance Analysis* and *Potential Gain in Customer Value*.

The results showed that the service quality of PT Capsugel Indonesia needed to be improved. The attributes contained in Quadrant I which are the main priority are the attributes of PT Capsugel Indonesia having adequate facilities and infrastructure to support customer service and employees to serve quickly and accurately. The attributes contained in quadrant IV and become redundant are the attributes of the service procedures provided by PT Capsugel Indonesia that are not complicated. While the attribute that must be prioritized for improvement according to the PGCV index is the speed of employees in responding to customer complaints

**Keywords: Service Quality, *Importance Performance Analysis* and *Potential Gain in Customer Value*.**

## Latar Belakang

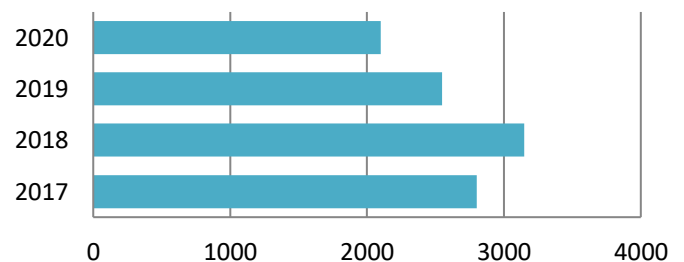
Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan (Azwar, 2004). Menurut Yunari (2017:35), kualitas pelayanan yang baik adalah upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan pada bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang.

Kualitas pelayanan merupakan dasar faktor penting demi tercapainya kepuasan yang sesuai dengan harapan pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan pada perusahaan. Menurut Muiz, dkk (2019), kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai lebih dari yang diharapkan, harapan konsumen merupakan faktor penting kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya.

PT Capsugel Indonesia yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penjualan obat farmasi seperti cangkang kapsul dan lainnya, menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia sebagai tempat obat. PT Capsugel Indonesia berlokasi di Jl Raya Jakarta-Bogor km No 42, Pabuaran, Cibinong. PT Capsugel Indonesia setiap harinya bersinggungan dengan banyaknya pelanggan, yang pastinya sangat beresiko akan berbagai macam keluhan dan komplain dari para pelanggan jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan mereka. PT Capsugel Indonesia sadar akan tingkat kebutuhan kualitas pelayanan dalam penjualan baik

secara Offline (tatap muka) maupun Online via Whatsapp atau Email bahwa pentingnya kepuasan konsumen. Berdasarkan data yang diambil dari perusahaan mengenai pembuatan Surat Perintah Kerja PT Capsugel Indonesia periode tahun 2017-2020, maka terdapat adanya penurunan pelanggan diperiode tersebut, Berikut adalah data yang didapat pada periode tahun 2017-2020 :

**Data Pengunjung PT Capsugel Indonesia Tahun 2017-2018**



Gambar Data Pengunjung Pelanggan 2017-2020  
Sumber : PT Capsugel Indonesia

Berdasarkan observasi pada PT Capsugel Indonesia dihadapkan pada masalah kualitas pelayanan diantaranya keterlambatnya respon karyawan untuk memberikan informasi dan kurangnya fasilitas sarana dan prasarana. Salah satu solusi yang dapat ditawarkan pada permasalahan yang dihadapi PT Capsugel Indonesia dengan mengambil metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV), menurut Sunundyo. (2018:42), dapat diketahui fasilitas atau atribut apa yang secara prioritas harus diperbaiki untuk memenuhi kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan berdasarkan metode IPA dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi perusahaan untuk membantu menentukan strategi-strategi yang lebih berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh PT Capsugel Indonesia mengenai atribut apa yang harus diprioritaskan untuk memenuhi kepuasan pelanggan, peneliti ingin membahas penerapan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) pada permasalahan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan PT Capsugel Indonesia.

### Teknik Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Setelah semua korelasi untuk setiap pertanyaan dengan skor total diperoleh, nilai – nilai tersebut dibandingkan dengan nilai kritik. Selanjutnya, jika nilai koefisien korelasi *product moment* dari suatu pertanyaan tersebut berada diatas nilai tabel kritik, maka pertanyaan tersebut signifikan. Uji validitas akan dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antar subjek pada item pertanyaan dengan skor test yang diperoleh dari hasil kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan *software SPSS for windows* ).

#### 2. Uji Realibilitas

Dalam penelitian ini teknik untuk menghitung indeks reliabilitas yaitu dengan teknik dua pihak. Teknik ini diperoleh dengan membagi item-item yang sudah valid secara acak menjadi dua bagian. Skor untuk masing-masing item pada tiap belahan dijumlahkan, sehingga diperoleh skor total untuk masing – masing item belahan.

#### 3. *Importance Performance Analysis* (IPA)

##### a. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor tingkat kepuasan dengan skor tingkat kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-

faktor kinerja perusahaan yang diukur. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

$Tk_i$  = Tingkat kesesuaian responden

$X_i$  = Skor penilaian tingkat kepuasan pelanggan PT Capsugel Indonesia.

$Y_i$  = Skor penilaian tingkat kepentingan pelanggan PT Capsugel Indonesia.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kepuasan pelanggan PT Capsugel Indonesia, sedangkan sumbu (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan dengan menggunakan rumus:

$$X = \frac{\sum X_i}{k}$$

$$Y = \frac{\sum Y_i}{k}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kepuasan pelanggan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan pelanggan

$X_i$  = Skor penilaian kepuasan

$Y_i$  = Skor penilaian kepentingan

k = Banyak item pertanyaan

#### b. Analisis Diagram Kartesius

Diagram ini dibagi menjadi 4 kuadran (Kumoro, 2018:89):

1) Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja rendah.

2) Kuadran kedua (II), disebut dengan daerah yang harus dipertahankan, karena karena tingkat kepentingan tinggi

sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga tinggi.

3) Kuadran ketiga (III), disebut juga sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga rendah.

4) Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi.

Selanjutnya, setiap atribut ditempatkan pada empat kuadran diagram tersebut sesuai dengan rata-rata harapan dan kepuasan atas kinerja PT Capsugel Indonesia, sehingga dapat diketahui atribut mana yang berada di tiap kuadran.

#### 4. *Potential Gain in Customer Values (PGCV)*

Untuk melengkapi hasil analisa dari *Importance and Performance*, digunakan sebuah metode untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak PT Capsugel Indonesia. PGCV memberikan jalan bagi diagram *Importance and Performance* untuk dapat dibandingkan dalam bentuk yang lebih teliti dan terperinci. Langkah-langkah menghitung PGCV adalah:

##### a. *Achieve Customer Value (ACV)*

Mencari nilai ACV yaitu dengan mengalikan antar variabel *Importance* dengan variabel *Performance*, dengan menggunakan rumus :

$$ACV = I \times P$$

Keterangan :

ACV = Nilai pencapaian konsumen

I = (*Importance*) nilai rata-rata harapan (Y)

P = (*Performance*) nilai rata-rata untuk kerja (X)

##### b. *Ultimately Desire Customer Value (UDCV)*

Setelah mendapat nilai ACV maka selanjutnya adalah mencari nilai UDCV yaitu dengan mengalikan nilai *Importance* yang dipilih oleh pelanggan dengan nilai *Performance* maksimal dalam Skala *Likert* pada kuesioner yang disebarakan, dengan menggunakan rumus :

$$UDCV = I \times P_s$$

Keterangan :

UDCV = Nilai akhir keinginan konsumen

I = Nilai rata-rata untuk harapan (Y)

P<sub>s</sub> = Nilai kinerja maksimum dalam Skala likert yang dipilih

##### c. Indeks PGCV

Dan terakhir nilai Indeks PGCV nya adalah nilai UDCV dikurangi dengan nilai Indeks ACV, menggunakan rumus :

$$PGCV = ACV - UDCV$$

Kesimpulan yang didapat yang didapat bila suatu item mendapatkan nilai indeks PGCV terbesar, maka berarti item tersebut mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya baru menyusul item kedua dan seterusnya.

### **Pengolahan Data**

Berikut adalah hasil uji validitas dari dimensi *tangible*, *empathy*, *reability*, *assurance*, dan *responsiveness* pada tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan dengan 80 sampel responden, dengan total 20 pernyataan dan pernyataan dari tingkat kepuasan disimbolkan dengan huruf X, sedangkan pernyataan dari tingkat kepentingan disimbolkan huruf Y.

## Tingkat Kepuasan

Tabel Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan

Pernyataan	Dimensi	r tabel	r hitung	Keterangan
X.1	Tangible	0,220	0,393	Valid
X.2		0,220	0,501	Valid
X.3		0,220	0,473	Valid
X.4		0,220	0,551	Valid
X.5	Empathy	0,220	0,297	Valid
X.6		0,220	0,234	Valid
X.7		0,220	0,240	Valid
X.8		0,220	0,285	Valid
X.9	Reability	0,220	0,316	Valid
X.10		0,220	0,308	Valid
X.11		0,220	0,266	Valid
X.12		0,220	0,491	Valid
X.13	Assurance	0,220	0,271	Valid
X.14		0,220	0,248	Valid
X.15		0,220	0,512	Valid
X.16		0,220	0,563	Valid
X.17	Responsiveness	0,220	0,247	Valid
X.18		0,220	0,539	Valid
X.19		0,220	0,366	Valid
X.20		0,220	0,245	Valid

Sumber : Pengolahan data dengan SPSS 20

Dapat dilihat bahwa r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat disimpulkan bahwa atribut yang ada di dalam kuesioner telah valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

## Tingkat Kepentingan

Tabel Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan

Pernyataan	Dimensi	r tabel	r hitung	Keterangan
Y.1	Tangible	0,220	0,401	Valid
Y.2		0,220	0,605	Valid
Y.3		0,220	0,672	Valid
Y.4		0,220	0,605	Valid
Y.5	Empathy	0,220	0,302	Valid
Y.6		0,220	0,373	Valid
Y.7		0,220	0,470	Valid
Y.8		0,220	0,280	Valid
Y.9	Reability	0,220	0,316	Valid
Y.10		0,220	0,290	Valid
Y.11		0,220	0,248	Valid
Y.12		0,220	0,470	Valid
Y.13	Assurance	0,220	0,401	Valid
Y.14		0,220	0,270	Valid
Y.15		0,220	0,672	Valid
Y.16		0,220	0,511	Valid
Y.17	Responsiveness	0,220	0,298	Valid
Y.18		0,220	0,558	Valid
Y.19		0,220	0,302	Valid

Y.20		0,220	0,342	Valid
------	--	-------	-------	-------

Sumber : Pengolahan data dengan SPSS 20

## Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur indikator konsistensi atau alat kepercayaan hasil ukur, yang di dalamnya mengandung makna kecermatan pengukur. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah teknik *Alpha Chornbach*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2005 dalam Siyamto, 2017). Perhitungan koefisien *Cronbach's Alpha* dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 20

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dari seluruh atribut-atribut pada tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dengan 80 sampel responden

### Tingkat Kepuasan

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,653	20

Sumber : Pengolahan data dengan SPSS 20

Berdasarkan Tabel menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas instrumen variabel X (tingkat kepuasan) menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,653 lebih besar dari 0,60 yang berarti reliabel. Dengan demikian seluruh item pernyataan yang ada pada instrumen penelitian, layak sebagai dan dapat digunakan untuk penelitian sesungguhnya.

## Tingkat Kepentingan

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,746	20

Sumber : Pengolahan data dengan SPSS 20

Berdasarkan Tabel menunjukkan bahwa hasil pengujian reliabilitas instrumen variabel Y (tingkat kepentingan) menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* sebesar 0,746 lebih besar dari 0,60 yang berarti reliabel. Dengan demikian seluruh item pernyataan yang ada pada instrumen penelitian, layak sebagai dan dapat digunakan untuk penelitian sesungguhnya.

## Pembahasan dan Analisis

### 1. Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan *Software SPSS 20 for Windows* yang hasilnya didapat dilihat pada *Corrected Item Total Corelation*. Uji validitas data pada penelitian ini dilakukan hanya 1 (satu) kali saja karena pada uji tersebut, atribut pernyataan sudah valid seluruhnya. Ini berarti atribut-atribut kuesioner telah mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

### 2. Pengujian Reliabilitas

Pengolahan data dengan *Software SPSS 20 for Windows* menghasilkan koefisien reliabilitas sebesar 0,653 (dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*) untuk tingkat kepuasan. Apabila koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuesioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik. Selain itu nilai koefisien reliabilitas 0,746 untuk tingkat kepentingan lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa atribut-atribut kuesioner reliabel. Ini berarti atribut-atribut kuesioner dapat memperlihatkan kemantapan atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut.

### 3. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Hasil perhitungan nilai X (rata-rata skor tingkat kepuasan) dan Y (rata-rata skor tingkat kepentingan) kemudian dipetakan dalam diagram kartesius yang bertujuan untuk mengetahui letak atribut terdapat kuadran berapa.

#### a. Kuadran I

Kuadran I memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena atribut-atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan sehingga perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Atribut-atribut kuadran ini merupakan kekurangan atau kelemahan yang dimiliki oleh PT Capsugel Indonesia. Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada Kuadran I beserta urutan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kesesuaiannya.

Pada Tabel seluruh atribut pada Kuadran I memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih kecil dari batas tolak ukur (96,33%), sehingga seluruh atribut ini memerlukan perbaikan (*action*).

Atribut ke satu pada dimensi *tangible* yang harus diperbaiki adalah PT Capsugel Indonesia memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang memadai untuk mendukung pelayanan pelanggan memiliki nilai tingkat kesesuaian 91,04%. Fasilitas dan sarana disebuah perusahaan merupakan hal yang penting yang harus

dikembangkan dan dijaga agar lebih menarik pelanggan dalam memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja.

Atribut ke sembilan pada dimensi *reability* yang harus diperbaiki adalah Pelayanan cepat dan tepat memiliki nilai tingkat kesesuaian 90,21%. Berdasarkan hasil temuan di lapangan diketahui jika pelanggan harus menunggu lama dalam memesan produk dan sering terjadi kesalahan dalam mengirim produk.

#### **b. Kuadran II**

Kuadran II disebut daerah yang harus dipertahankan, karena atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan sehingga perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanannya. Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada Kuadran II beserta urutan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kesesuaiannya.

#### **c. Kuadran III**

Kuadran III disebut daerah prioritas rendah, karena atribut yang terdapat di kuadran ini dianggap kurang atau tidak penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain. Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada Kuadran III beserta urutan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kesesuaian.

Pada Tabel Kuadran III pada atribut ke tiga, tujuh, 14, 16, dan atribut 19 memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih besar dari batas tolak ukur kesesuaian (96,33%), sehingga atribut tersebut perlu dipertahankan

oleh PT Capsugel Indonesia. Sedangkan pada atribut ke delapan, 15, dan atribut 18 memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih kecil dari batas tolak ukur kesesuaian (96,33%), sehingga atribut tersebut perlu mendapatkan perbaikan dari PT Capsugel Indonesia.

#### **d. Kuadran IV**

Kuadran IV dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi pelanggan tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang perlu dibenahi. Pada tabel berikut dapat dilihat atribut-atribut yang terdapat pada Kuadran IV beserta tingkat kesesuaiannya.

Pada Tabel seluruh atribut pada kuadran IV memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih besar dari batas tolak ukur (96,33%), sehingga atribut tersebut pada kuadran ini dapat dipertahankan tingkat pelayanannya oleh PT Capsugel Indonesia.

### **4. Prioritas Perbaikan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)***

Dari hasil analisis Importance Performance Analysis, selanjutnya dilakukan penentuan urutan prioritas perbaikan pelayanan dengan menggunakan indeks PGCV untuk mengetahui urutan prioritas perbaikan pelayanan yang harus dilakukan. Untuk mendapatkan nilai PGCV, pertama harus menentukan nilai ACV dan UDCV. Berikut tabel perbaikan prioritas berdasarkan Indeks PGCV. Dari hasil analisis kedua metode penelitian terdapat usulan atribut-atribut yang perlu diperbaiki. Berikut tabel

usulan perbaikan atribut berdasarkan dari metode penelitian:

Berdasarkan hasil penelitian di atas hasil penilaian pada atribut perbaikan metode IPA dengan metode PGCV berbeda karena terdapat perbedaan dalam menganalisis data, jika pada metode IPA menggunakan

## Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil analisis data, tentang penerapan metode *Importance Performance Analysis* untuk mengukur kepuasan pelanggan yang ada di PT Capsugel Indonesia, dapat diketahui atribut yang menjadi prioritas utama yang dapat mendukung pelayanan pelanggan, atribut tersebut adalah atribut ke satu yaitu PT Capsugel Indonesia memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang memadai untuk mendukung pelayanan pelanggan, dan atribut ke sembilan yaitu karyawan melayani dengan cepat dan tepat. Pelanggan menganggap atribut tersebut adalah penting tetapi kinerjanya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.
2. Berdasarkan analisis dengan metode *Potential Gain in Customer Value* dalam mengukur kepuasan pelanggan di PT Capsugel Indonesia dapat diketahui kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan menghitung nilai Indeks PGCV. Nilai Indeks PGCV diperoleh dari nilai UDCV (*Ultimately Customer Value*) yaitu yang didapat dari rata-rata skor tingkat kepentingan dikalikan dengan nilai X max (Skala Likert skor 5) dikurang nilai ACV (*Achieve Customer Value*) yang didapat dari skor rata-rata tingkat kepuasan dikalikan dengan rata-rata skor tingkat kepentingan. Hasil dari perhitungan diperoleh nilai Indeks PGCV dari atribut yang harus

*Software* SPSS versi 20 dengan didasarkan pada diagram kartesius yang memiliki empat kuadran dan pada metode PGCV menggunakan Microsoft Excel dan dihitung manual yang didasarkan pada nilai indeks PGCV.

diprioritaskan yaitu atribut ke 18 dengan nilai PGCV adalah 5,66. Pada hasil perhitungan Indeks PGCV diketahui bahwa prioritas perbaikannya didasarkan pada urutan nilai yang paling besar, artinya semakin besar nilai Indeks PGCV maka semakin besar pula atribut menduduki prioritas pertama untuk diperbaiki.

3. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT Capsugel Indonesia adalah faktor pelayanan karyawan yang kurang profesional pada atribut karyawan melayani dengan cepat dan tepat yang berada pada dimensi *reliability* dan atribut kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan pada dimensi *Responsiveness*.

## Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya penulis memberikan beberapa saran mengenai beberapa hal diantaranya:

1. Hendaknya PT Capsugel Indonesia segera memperbaiki atribut-atribut yang berada di Kuadran I diagram *Importance Performance Analysis* agar tidak lagi menjadi prioritas utama.
2. PT Capsugel Indonesia harus mempertahankan atribut-atribut yang terletak pada Kuadran II sehingga pelanggan akan tetap merasa terpuaskan. Untuk menjaga standar kualitas pelayanan, sebaiknya PT Capsugel Indonesia melakukan evaluasi kinerja karyawan secara rutin



untuk mempertahankan kepuasan pelanggan.

3. Agar lebih hemat biaya dan tenaga lebih baik mengalokasikan perbaikan-perbaikan atribut pada Kuadran III dan IV kepada atribut pada Kuadran I terlebih dahulu, karena atribut tersebut dianggap paling penting oleh pelanggan tanpa menghilangkan perhatian kepada atribut-atribut lainnya. Atribut-atribut lainnya tetap dilaksanakan pelayanannya namun harus dilihat dan sesuai dengan porsi

dan tingkat kepentingannya sehingga tidak menimbulkan efek berlebihan.

4. Perusahaan sebaiknya melakukan pemantuan secara berkala dan terus menerus tentang kepuasan pelanggan, sehingga dapat diketahui variabel atau dimensi kualitas pelayanan yang diperlukan pelanggan karena keinginan dan persepsi dari pelanggan semakin berkembang seiring dengan perkembangan waktu.

## Daftar Pustaka

- Azwar, V. Y. (2004). *Analisis Faktor Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Rsud Dr. Achmad Darwis*. Jurnal Kesehatan Andalas, 7, 1-8.
- Darajatun, A. (2015). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Potential Gain In Customer Value (PGCV) Dan Importance-Performance Analysis (IPA)(Studi Kasus Pada Racel Risol Cafe Malang) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Dhiyaulhaq, N., & Suryana, H. P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan (Survei Pada Jamaah Umroh Dan Haji PT Karya Imtaq Tahun 2019) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Garvin, K. D. D. K. (2019). Perancangan Pengembangan Produk Air Mineral Dalam Kemasan (Amdk) Merk "Xyz" 600 Ml Berdasarkan Model. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 6(4), 300-311.
- Hermanto, M. Z. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Jasa Kesehatan Rawat Jalan di RSIA-XYZ. *Jurnal Desiminasi Teknologi*, 5(1).
- Karma, K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(4), 341-350.
- Kotler, P. (2019). *Social marketing: Behavior change for social good*. Sage Publications.
- Lupiyoadi, R. (2017). Karakteristik Waralaba Asing dan Orientasi Kewirausahaan Pengaruhnya terhadap Respon Kompetitif dan Kinerja Waralaba Lokal (Doctoral dissertation).
- Muiz, M., Rachma, N., & Slamet, A. R. (2019). Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen GrabBike Online di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(10).

- Patria, A., & Amatiria, G. (2018). Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan. *Jurnal Ilmiah Keperawatan Sai Betik*, 13(1), 118-125.
- Patria, D. Y. (2018). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel Motor Dengan Metode Importance Performance Analisis Dan Potential Gain In Customer Value.
- Potler dan Keller, K. (2019). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke, 13.* Jakarta : Gramedia.
- Rosmayati, S.(2020). *Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital.* Jakarta : Penerbit widina.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa.* Bogor : PT Penerbit IPB Press.
- \_\_\_\_\_. (2019). *Pemasaran jasa.* Yogyakarta: CV Andi.
- Tjiptono, F. Chandra, (2017). *Service. Quality& Satisfaction.* Yogyakarta: CV Andi.
- Wijaya, T. (2015). Pengaruh motivasi dan kompensasi terhadap kinerja karyawan pada PT Sinar Jaya Abadi Bersama. *Agora*, 3(2), 37-45.