

ABSTRAK

Dalam berkembangnya zaman, kualitas pelayanan yang diharapkan oleh konsumen terhadap produk/jasa juga semakin meningkat. Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam melayani pelanggannya. Dalam hal tersebut melakukan analisis mengenai tingkat kepuasan konsumen pada dimensi kualitas pelayanan berdasarkan tingkat persepsi dan harapan oleh konsumen Toko Roti Khasanah dengan metode Servqual, IPA dan CSI. Faktor yang perlu ditingkatkan berdasarkan performansi kuadran A metode IPA adalah RP9 karyawan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh pelanggan, erat kaitanya karyawan memberikan informasi mengenai harga produk dengan menggunakan bahasa yang lebih jelas dan mudah dimengerti oleh konsumen. Selanjutnya dalam hasil pengolahan data, metode *Servqual* memperoleh nilai rata-rata *gap score* terbesar terdapat pada dimensi *empathy* dengan nilai *gap* (-0.316) dengan EM18 memprioritaskan kebutuhan pelanggan sebagai atribut dengan nilai *gap* terbesar (-0.377). Kemudian, penilaian kualitas pelayanan yang didapat nilai (0.943) sehingga kualitas pelanggan dianggap kurang baik karena $(Q) < 1$ dimana pelayanannya belum memenuhi harapan konsumen.. Pada nilai CSI diperoleh sebesar 87,97% dikategorikan kriteria sangat puas karena nilai $CSI > 0.80$ dikatakan sangat puas.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Importance Performance Analysis*, *Customer Satisfaction Index*



KARAWANG

ABSTRACT

In developing times, the quality of service expected by consumers regarding products and services is also increasing. One of the factors that determines the success and quality of a company is the company's ability to serve its customers. In this case, carry out an analysis of the level of consumer satisfaction in the service quality dimension based on the level of perception and expectations by Khasanah Bakery consumers using the Servqual, IPA, and CSI methods. Factors that need to be improved based on the performance of quadrant A of the IPA method are RP9 employees using language that is easily understood by customers, closely related to employees providing information about product prices using language that is clearer and easier for consumers to understand. Furthermore, in the data processing results, the Servqual method obtained the largest average gap score in the empathy dimension with a gap value of (-0.316), with EM18 prioritizing customer needs as the attribute with the largest gap value (-0.377). Then, the assessment of service quality obtained a value of (0.943), so customer quality was considered not good because $(Q) < 1$, where the service did not meet consumer expectations. The CSI value obtained was 87.97%, which was categorized as a very satisfied criteria because a CSI value > 0.80 was said to be very satisfied.

Keywords : Service Quality, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction Index

