

ANALISA CUSTOMER EXPERIENCE SOTO KUDUS KEMBANG JOYO DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN

Oleh

Dewanta Facrureza¹, Gabrian Marcel Wong²

^{1,2}Universitas Bunda Mulia

Jalan Lodan Raya no.8 , Pademangan, Jakarta Utara

Email: ¹Dfacruzeza@bundamulia.ac.id

Article History:

Received: 04-05-2022

Revised: 15-06-2024

Accepted: 19-06-2024

Keywords:

Customer Experience,
Soto Kudus Kembang
Joyo, Customer
Satisfaction, Customer
Satisfaction Index,
Importance
Performance Analysis

Abstract: This research was conducted to test hypotheses through a study of Soto Kudus Kembang Joyo on Sabang Street to understand customer experience with dimensions of accessibility, competence, customer recognition, helpfulness, personalization, problem-solving, promise fulfillment, and value for money at Soto Kudus Kembang Joyo on Sabang Street, which is used to enhance consumer satisfaction by taking 100 samples. The data collection used in this study is a quantitative method using questionnaires to Soto Kudus Kembang Joyo consumers as primary data. The research results indicate that consumer satisfaction is satisfied with the services and products provided with an average Customer Satisfaction Index data that almost reaches 80%. The conclusion of this research is that the customer experience at Soto Kudus Kembang Joyo is considered satisfactory, and the owner is expected to pay attention to some weakening attributes and maintain quality.

PENDAHULUAN

Kuliner di Indonesia terdiri dari bermacam-macam jenis yang berasal dari berbagai daerah yang berbeda dengan cita rasa khasnya masing-masing. Peneliti memutuskan untuk meneliti makanan khas Indonesia , yaitu Soto pada kedai Soto Kudus Kembang Joyo Soto Kudus Kembang Joyo didirikan oleh bapak Aris Sunanda pada tahun 2005 pada bulan febuari yang berlokasi di pusat kuliner di Jakarta Pusat. Soto merupakan comfort food yang sudah mendunia dan terkenal hingga ke mancanegara.

Didalam pengembangan Soto Kudus Kembang Joyo terdapat beberapa ketidakpuasan konsumen Soto Kudus Kembang Joyo dalam berbagai aspek



Gambar 1. Keluhan Konsumen Soto Kudus Kembang Joyo

Alasan peneliti ingin meneliti Soto Kudus Kembang Joyo karena Soto Kudus Kembang Joyo Merupakan kedai soto yang pernah menjadi rekomendasi dari salah satu tokoh kuliner terkenal di Indonesia yaitu, alm.Bondan Wirono.

Berikut data jumlah porsi yang dijual di Soto Kudus Kembang Joyo :

Tabel 1. Penjualan Soto Kudus Kembang Joyo (porsi)

Tahun	Penjualan	Persentase
2019	105.564	-
2020	24.978	- 76,3385%
2021	52.569	110,461%
2022	78.367	49,074%
2023	98.786	31,073%

Oleh karena itu , peneliti ingin mengulas Soto Kudus Kembang Joyo mengenai customer experience terhadap kepuasan konsumen. Karena pada hal ini pengalaman konsumen didalam menikmati Soto Kudus Kembang Joyo merupakan hal yang penting didalam meningkatkan kepuasan konsumen. Peneliti juga ingin mengetahui mengenai persepsi pengalaman konsumen di Soto Kudus Kembang Joyo di Jakarta, yang dilampirkan ke dalam judul skripsi “Analisa *Customer Experience* Soto Kudus Kembang Joyo Dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) Dan *Importance Perfomance Analysis* (IPA) Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen”.

LANDASAN TEORI

Menurut Zare & Mahmoudi (2020), pengalaman pelanggan merupakan hasil dari gabungan persepsi emosional atau rasional pelanggan pada saat interaksi langsung atau tidak langsung dalam suatu bisnis.

Pengalaman pelanggan merupakan sebuah pengalaman baik atau tidaknya yang dirasakan oleh pelanggan saat menggunakan dan merasakan produk atau jasa tersebut (Wiyata *et al.* 2020).

Syahputra & Murwatiningsih (2019) berpendapat bahwa pengalaman pelanggan yang baik dapat dilihat dari memenuhi kebutuhan pelanggan dan menciptakan kepercayaan yang terukir di dalam ingatan pelanggan sehingga dapat membentuk perasaan senang, keterikatan dan perasaan emosional yang kuat terhadap perusahaan.

Pengalaman pelanggan atau *customer experience* berdasarkan pemahaman ahli diatas merupakan hal-hal yang pelanggan alami selama melakukan kunjungan dalam mengunjungi suatu tempat dan merupakan suatu kesempatan bagi pengelola tempat dalam menarik minat pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali.(Iqbal *et al.*, 2015)

Customer Satisfaction Index

Customer Satisfaction Index merupakan indeks dalam menentukan Tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan berdasarkan Tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diteliti. CSI dapat memberikan data yang jelas dan signifikan mengenai kepuasan pelanggan hingga pada waktu tertentu dengan melakukan

evaluasi secara berkala dalam memperbaiki yang kurang dan meningkatkan pelayanan sesuai dengan yang diinginkan konsumen untuk memperoleh nilai lebih (Widodo dan Sutopo.2018).

Tingkat kepuasan merupakan salah indikator dalam mengetahui antara kinerja sesuai dengan harapan dan dapat dirasakan secara langsung mengenai efek yang diperoleh dari hasil tersebut. (Tandilino et al., 2023)

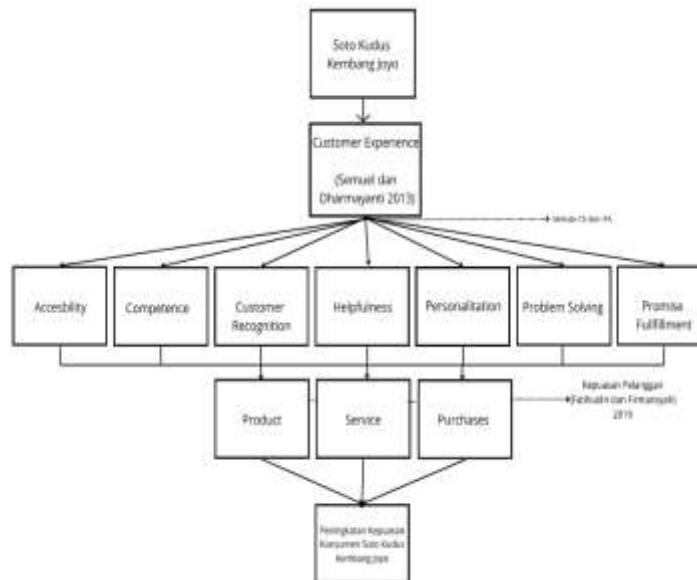
Importance Performance Analysis (IPA)

Menurut Martin, Mendoza, & Romain, 2019 dalam Darwas *et al*, (2020) *Importance Performance Analysis* (IPA) telah menjadi standar yang memberikan wawasan kepada manajemen untuk menentukan kekuatan dan kelemahan. *Importance Performance Matrix* sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang – bidang spesifik

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode perhitungan yang berasal dari konsep *service quality* (SERQUAL) dengan fungsi sebagai meningkatkan ekspektasi konsumen terhadap produk yang diproduksi perusahaan baik fisik maupun non fisik (Setiawan et al., 2023). Metode IPA , umumnya digunakan sebagai penunjuk bagi indikator yang dirasa menjadi kelemahan sehingga dapat diketahui dan ditingkatkan

METODE PENELITIAN

Operasional Variabel



Gambar 1. Operasional Variabel

Tabel 2. Indikator Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
<i>Customer Experience</i>	<i>Accessibility</i>	1. Lokasi mudah dijangkau dan strategis 2. Lahan parkir tersedia luas 3. Jam operasional sesuai
	<i>Competence</i>	1. Menu sesuai standar

		2. Fasilitas telah memadai 3. Tempat makan bersih dan nyaman 4. Suasana nyaman
	<i>Customer recognition</i>	1. Informasi yang diberikan karyawan mudah dipahami 2. Ramah dalam memberikan pelayanan 3. Memberi salam yang hangat
	<i>Helpfulness</i>	1. Lingkup kerja baik 2. Karyawan memiliki inisiatif dan perhatian kepada konsumen 3. Mampu memberikan informasi terkait menu 4. Keluhan diatas secara baik dan profesional
	<i>Personalization</i>	1. Menjual dengan harga yang memenuhi semua kalangan 2. Menu sesuai keinginan 3. Alat-alat makan lengkap dan bersih 4. Suluruh <i>condiment</i> makanan lengkap 5. Memiliki desain bangunan yang menarik
	<i>Problem solving</i>	1. Merupakan tempat yang tepat bagi penikmat soto 2. Suasana dalam kedai mendukung
	<i>Promise fullfillment</i>	1. Memberikan menu sesuai dengan yang dijelaskan dan tertulis 2. Pelayanan yang diberikan memadai 3. Bebas dari segala gangguan ketika menikmati hidangan 4. Tempat makan luas dan tidak perlu mengantri
	<i>Value for money</i>	1. Harga yang ditawarkan sesuai 2. Porsi yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan
Customer Satisfaction	<i>Product</i>	1. Penataan produk telah sesuai 2. Rasa hidangan memuaskan
	<i>Service</i>	1. Melayani dengan sepenuh hati 2. Pelayanan yang diberikan melebihi espektasi
	<i>Purchases</i>	1. Harga yang diberikan memuaskan kedua belah pihak 2. Terjalin hubungan antara penjual dengan konsumen secara akrab

METODE PENELITIAN

Importance Performance Analysis (IPA)

Analisa ini dimulai dengan sebuah kuesioner yang akan disebarakan kepada pelanggan kemudian penulis akan meminta responden untuk menilai berdasarkan persepsi, kenyataan atau harapan masing-masing dari setiap komponen customer experience. Dalam hal ini lima tingkat skala Likert akan menjadi penilaian persepsi, kenyataan atau harapan masing-masing pelanggan yang terdiri dari :

Tabel 2. Skala Likert

Skala Likert	Bobot
Sangat Puas	5
Puas	4
Cukup Puas	3
Kurang Puas	2
Tidak Puas	1

Sumber : Sugiyono 2019:147

Penelitian Metode IPA , umumnya digunakan sebagai penunjuk bagi indikator yang dirasa menjadi kelemahan sehingga dapat diketahui dan ditingkatkan ini menggunakan Skala Liker 5 poin , karena menurut Hertanto (2017) Instrumen kuesioner dengan menggunakan Skala Likert lima skala merupakan kuesioner yang mampun untuk mengakomodir jawaban-jawaban respon Metode IPA , umumnya digunakan sebagai penunjuk bagi indikator yang dirasa menjadi kelemahan sehingga dapat diketahui dan ditingkatkan yang bersikap netral atau ragu-ragu. Yang mana mencegah responden bersikap ragu-ragu atau netral dan tidak terdapat pada skala Likert dengan empat skala. Setelah diketahuinya tingkat kinerja dari atribut komponen customer experience Untuk para responden,(Permana et al., 2022)

maka selanjutnya memetakan dan mengimplementasikan hasil dari perhitungan kuisisioner Kedalam diagram kartesius. Langkah pertama yaitu menghitung total tingkat kepentingan dan kinerja, sehingga menghasilkan kesesuaian skor Rumus tingkat kesesuaian yang digunakan:

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

Keterangan:

Tki = Tingkat Kesesuaian

Xi = Skor Penilaian Kinerja (Perfomance)

Yi = Skor Penilaian Kepentingan (Importance)

Lalu , Langkah kedua adalah menyederhanakan angka kedalam diagram kartesius dengan membagi tiap total tingkat kinerja dan kepentingan terhadap jumlah responden. Dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y}_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

$\bar{X}_i$ = Skor rataan setiap atribut i pada tingkat kinerja

$\bar{Y}_i$ = Skor rataan setiap atribut i pada tingkat kepentingan

$\sum X_i$ = Total skor pada setiap atribut i pada tingkat pelaksanaan dari seluruh responden

$\sum Y_i$ = Total skor pada setiap atribut i pada tingkat pelaksanaan dari seluruh responden

n = Total Responden

Langkah selanjutnya setelah mendapatkan hasil angka setiap skor, maka dimasukkan ke dalam diagram kartesius yang merupakan matriks mengenai importance dan performance. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran dengan dibatasi oleh dua potong garis yang saling berpotongan secara tegak lurus pada titik (X,Y), masing-masing dapat dihitung dengan rumus :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n} \quad \bar{Y}_1 = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

$\bar{X}$ = Nilai rata - rata kinerja dari semua pernyataan

$\bar{Y}$ = Nilai rata - rata kinerja dari semua pernyataan

n = Jumlah atribut (pertanyaan)

Teknik analisis IPA menggabungkan ukuran kinerja dan kepentingan yang dirasakan pengguna ke dalam plot dua dimensi (Kang et al., 2016). Diagram kartesius dalam Importance Performance Analysis terbagi dalam empat kuadran yang setiap kuadran menjelaskan keadaan yang berbeda-beda. Berikut diagram kartesius dalam importance performance analysis :



Gambar 2. Diagram Kartesius

Sumber : Festus Evly R.I. Liow, et al , 2013

Keterangan :

1. KUADRAN 1 – Prioritas Utama (*Focus Improvement Effort Here*)

Kuadran ini termasuk kedalam kuadran ini harus ditingkatkan yang dimana menunjukan atribut yang dianggap sangat mempengaruhi kepuasan wisatawan,namun pada kenyatannya kinerja atribut ini dinilai belum sesuai dari yang diharapkan,sehingga mengecewakan atau tidak puas.

2. KUADRAN 2 – Pertahankan Prestasi (*Maintain Performance*)

Kuadran ini wajib dipertahankan karena dianggap penting dan memuaskan.Kuadran ini berisi atribut yang penting dan sudah sesuai dengan persepsi dan keinginan dari wisatawan , kenyataan yang diharapkan wisatawan sudah sesuai sehingga mempengaruhi kepuasan wisatawan.

3. KUADRAN 3 – Prioritas Rendah (*Medium-Low Priority*)

Kuadran ini dianggap kurang penting dan memuaskan namun tetap perlu dipertimbangkan, kuadran ini membuat dna menjelaskan atribut atau faktor-faktor yang kurangpenting pengaruhnya bagi wisatawan.

4. KUADRAN 4 – Berlebihan (*Reduce Emphasis*)

Kuadran ini biasanya dianggap kurang penting oleh wisatawan tetapi pengelola akan dilaksanakan dengan baik. Kuadran ini menunjukkan atribut yang kurang dalam mempengaruhi wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Tingkat Kepentingan *Customer Experience*

Sub Variabel	Atribut	Tingkat Persetujuan					Mean
		STP	TP	CP	P	SP	
<i>Accesbility</i>	Lokasi mudah dijangkau dan strategis	1	8	7	23	53	4.27
	Lahan parkir tersedia luas	8	2	14	57	17	3.75
	Jam operasional sesuai	0	9	10	33	58	4.2
<i>Competence</i>	Menu sesuai standar	8	4	8	55	25	3.87
	Fasilitas telah memadai	1	10	9	43	37	4.11
	Tempat makan bersih dan nyaman	8	1	14	40	37	3.97
	Suasana nyaman	3	7	10	59	21	3.88
<i>Customer Recognition</i>	Informasi yang diberikan karyawan mudah dipahami	6	4	9	41	40	4.05
	Ramah dalam memberikan pelayanan	4	6	4	58	28	4
	Memberi salam hangat	5	4	10	46	35	4.02
<i>Helpfulness</i>	Lingkup kerja baik	8	1	8	49	32	4
	Karyawan memiliki inisiatif dan perhatian kepada konsumen	1	9	9	52	29	3.99
	Mampu memberikan informasi terkait menu	6	3	6	49	36	4.06
	Keluhan diatasi secara baik dan professional	4	6	12	49	29	3.93
<i>Personalization</i>	Menjual dengan harga yang memenuhi semua kalangan	6	3	5	48	38	4.09
	Menu sesuai keinginan	4	6	12	49	29	3.93
	Alat-alat makan lengkap dan bersih	2	7	9	40	42	4.13
	Seluruh <i>condiment</i> makanan lengkap	4	6	7	43	40	4.09
	Memiliki desain bangunan yang menarik	5	4	10	43	38	4.05
<i>Problem Solving</i>	Merupakan tempat yang tepat bagi penikmat soto	3	7	8	46	36	4.05
	Suasana dalam kedai mendukung	6	3	11	51	29	3.94
<i>Promise Fullfillment</i>	Memberi menu sesuai dengan yang dijelaskan dan tertulis	4	5	6	45	40	4.13
	Pelayanan yang diberikan memadai	4	6	10	52	28	3.94
	Bebas dari segala gangguan didalam menikmati hidangan	5	4	9	40	42	4.1
	Tempat makan luas dan tidak perlu mengantri	3	6	8	47	36	4.07
<i>Value For Money</i>	Harga yang ditawarkan sesuai	3	7	6	50	34	4.05
	Porsi yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan	6	3	12	47	32	3.96
Mean total							4.022

Sumber : Data Olahan Peneliti

Tabel 3. Tingkat Kepentingan Customer Satisfaction

Sub Variabel	Atribut	Tingkat Persetujuan					Mean
		STP	TP	CP	P	SP	
<i>Product</i>	Penataan produk telah sesuai	6	4	4	33	53	4.23
	Rasa hidangan memuaskan	3	6	14	49	28	3.93
<i>Service</i>	Melayani sepenuh hati	4	5	7	49	35	4.06
	Pelayanan yang diberikan melebihi espektasi	6	4	12	45	33	3.97
<i>Purchases</i>	Harga yang diberikan memuaskan kedua belah pihak	4	6	6	50	34	4.04
	Terjalin hubungan antara penjual dengan konsumen secara akrab	3	6	8	56	27	3.98
Mean Total							4.035

Sumber : Data olahan peneliti

Tabel 4. Tingkat Kinerja Customer Experience

Sub Variabel	Atribut	Tingkat Persetujuan					Mean
		STP	TP	CP	P	SP	
<i>Accesbility</i>	Lokasi mudah dijangkau dan strategis	0	1	19	39	41	4.17
	Lahan parkir tersedia luas	0	0	10	53	37	3.96
	Jam operasional sesuai	0	0	25	55	20	4.21
<i>Competence</i>	Menu sesuai standar	0	1	29	54	16	4.26
	Fasilitas telah memadai	0	0	17	57	26	4.01
	Tempat makan bersih dan nyaman	0	0	23	61	16	3.86
	Suasana nyaman	0	0	18	63	19	4.26
<i>Customer Recognition</i>	Informasi yang diberikan karyawan mudah dipahami	0	1	23	54	22	4.06
	Ramah dalam memberikan pelayanan	0	1	9	54	36	4.05
	Memberi salam hangat	0	1	13	65	21	4.25
<i>Helpfulness</i>	Lingkup kerja baik	0	1	21	54	24	4.21
	Karyawan memiliki inisiatif dan perhatian kepada konsumen	0	1	17	53	29	4.13
	Mampu memberikan informasi terkait menu	0	1	20	55	24	4.01
	Keluhan diatasi secara baik dan professional	0	1	18	59	22	4.16
<i>Personalization</i>	Menjual dengan harga yang memenuhi semua kalangan	0	1	25	46	28	3.88
	Menu sesuai keinginan	0	1	15	51	33	4.06
	Alat-alat makan lengkap dan bersih	0	1	27	55	17	3.88
	Seluruh condiment makanan lengkap	0	0	23	47	30	4.02
	Memiliki desain bangunan yang menarik	0	0	24	63	13	4.03
<i>Problem Solving</i>	Merupakan tempat yang tepat bagi penikmat soto	0	1	22	45	32	4.08
	Suasana dalam kedai mendukung	0	0	16	50	34	4.17
<i>Promise Fullfillment</i>	Memberi menu sesuai dengan yang dijelaskan dan tertulis	0	1	24	46	29	4.04
	Pelayanan yang diberikan memadai	0	1	17	48	34	4.16
	Bebas dari segala gangguan ketika menikmati hidangan	0	0	19	58	23	4.03
	Tempat makan luas dan tidak perlu mengantri	0	0	18	57	25	4.07
<i>Value For Money</i>	Harga yang ditawarkan sesuai	0	1	11	58	30	4.17
	Porsi yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan	0	0	15	62	23	4.08
Mean total							4.08

Sumber : Data olahan peneliti

Tabel 5. Tingkat Kinerja Customer Satisfaction

Sub Variabel	Atribut	Tingkat Persetujuan					Mean
		STP	TP	CP	P	SP	
Product	Penataan produk telah sesuai	0	1	11	58	30	4.17
	Rasa hidangan memuaskan	0	0	15	62	23	4.08
Service	Melayani sepenuh hati	0	1	20	58	21	4.12
	Pelayanan yang diberikan melebihi espektasi	0	1	19	51	30	4,11
Purchases	Harga yang diberikan memuaskan kedua belah pihak	1	0	20	58	21	3.98
	Terjalin hubungan antara penjual dengan konsumen secara akrab	0	0	26	60	14	3.88
Mean Total							4.056

Sumber : Data olahan peneliti

Uji Validitas

A. Customer Experience

1) Sub Variabel: *Accessibility*

Tabel 6. Uji Validitas Accessibility

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Lokasi mudah dijangkau dan strategis	0,690	0,1654	Valid	0,256	0,1654	Valid
Lahan parkir tersedia luas	0,654	0,1654	Valid	0,268	0,1654	Valid
Jam operasional sesuai	0,845	0,1654	Valid	0,419	0,1654	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

2) Sub Variabel: *Competence*

Tabel 7. Uji Validitas Competence

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Menu sesuai standar	0,736	0,1654	Valid	0,482	0,1654	Valid
Fasilitas telah memadai	0,838	0,1654	Valid	0,443	0,1654	Valid
Tempat makan bersih dan nyaman	0,741	0,1654	Valid	0,334	0,1654	Valid
Suasana nyaman	0,778	0,1654	Valid	0,173	0,1654	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

3) Sub Variabel: *Customer Recognition*

Tabel 8. Uji Validitas Customer Recognition

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Informasi yang diberikan karyawan mudah dipahami	0,812	0,1654	Valid	0,251	0,1654	Valid
Ramah dalam memberikan pelayanan	0,743	0,1654	Valid	0,202	0,1654	Valid
Memberi salam hangat	0,747	0,1654	Valid	0,378	0,1654	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

4) Sub Variabel: *Helpfulness*

Tabel 9. Uji Validitas Helpfulness

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Lingkup kerja baik	0,808	0,1654	Valid	0,284	0,1654	Valid
Karyawan memiliki inisiatif dan	0,763	0,1654	Valid	0,388	0,1654	Valid

perhatian kepada konsumen						
Mampu memberikan informasi terkait menu	0,770	0,1654	Valid	0,282	0,1654	Valid
Keluhan diatasi secara baik dan profesional	0,782	0,1654	Valid	0,291	0,1654	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

5) Sub Variabel: *Personalization*

Tabel 10. Uji validitas *Personalization*

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Menjual dengan harga yang memenuhi semua kalangan	0,790	0,1654	Valid	0,294	0,1654	Valid
Menu sesuai keinginan	0,751	0,1654	Valid	0,309	0,1654	Valid
Alat-alat makan lengkap dan bersih	0,767	0,1654	Valid	0,423	0,1654	Valid
Seluruh <i>condiment</i> makanan lengkap	0,788	0,1654	Valid	0,288	0,1654	Valid
Memiliki desain bangunan yang menarik	0,769	0,1654	Valid	0,276	0,1654	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

6) Sub Variabel: *Problem Solving*

Tabel 11. Uji Validitas *Problem Solving*

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Merupakan tempat yang tepat bagi penikmat soto	0,818	0,1654	Valid	0,415	0,1654	Valid
Suasana kedai mendukung	0,740	0,1654	Valid	0,325	0,1654	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

7) Sub Variabel: *Promise Fullfillment***Tabel 12. Uji Validitas *Promise Fullfillment***

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Memberikan hidangan sesuai yang dijelaskan dan tertulis	0,770	0,1654	Valid	0,339	0,1654	Valid
Pelayanan yang diberikan memadai	0,801	0,1654	Valid	0,329	0,1654	Valid
Bebas dari segala gangguan ketika menikmati produk	0,778	0,1654	Valid	0,343	0,1654	Valid
Tempat makan luas dan tidak perlu mengantri	0,692	0,1654	Valid	0,203	0,1654	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

8) Sub Variabel: *Value For Money***Tabel 13. Uji Validitas *Value For Money***

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Harga yang ditawarkan sesuai	0,813	0,1654	Valid	0,310	0,1654	Valid
Porsi yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan	0,779	0,1654	Valid	0,303	0,1654	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

B. *Customer Satisfaction*1) Sub Variabel: *Product***Tabel 14. Uji Validitas *Product***

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Penataan produk telah sesuai	0,822	0,1654	Valid	0,288	0,1654	Valid
Rasa hidangan memuaskan	0,751	0,1654	Valid	0,268	0,1654	Valid

Sumber : Data olahan peneliti

1) Sub Variabel: *Service***Tabel 15. Uji Validitas *Service***

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Melayani sepenuh hati	0,809	0,1654	Valid	0,321	0,1654	Valid
Pelayanan yang diberikan melebihi ekspektasi	0,740	0,1654	Valid	0,360	0,1654	Valid

Sumber: Data olahan Peneliti

2) Sub Variabel: *Purchases***Tabel 16. Uji Validitas *Purchases***

Atribut	Kepentingan			Kinerja		
	R Hitung	R Tabel	Validitas	R Hitung	R Tabel	Validitas
Harga yang diberikan memuaskan kedua belah pihak	0,764	0,1654	Valid	0,378	0,1654	Valid
Terjalin hubungan antara penjual dengan konsumen	0,719	0,1654	Valid	0,249	0,1654	Valid

Sumber: Data olahan peneliti

Uji Reliabilitas

A. *Customer Experience*

1) Sub Variabel: *Accessibility*

Uji Realibilitas *Accessbility*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	3

Sumber: Data olahan peneliti

2) Sub Variabel: *Competence*

Uji Realibilitas *Competence*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	4

Sumber: Data olahan peneliti

3) Sub Variabel: *Customer Recognition*

Uji Realibilitas *Customer Recognition*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	3

Sumber: Data olahan peneliti

4) Sub Variabel: *Helpfulness*

Uji Realibilitas *Helpfulness*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	4

Sumber: Data olahan peneliti

5) Sub Variabel: *Personalization*

Uji Realibilitas *Personalization*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	4

Sumber: Data olahan peneliti

6) Sub Variabel: *Problem Solving*

Uji Realibilitas *Problem Solving*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	2

Sumber: Data olahan peneliti

7) Sub Variabel: *Promise Fullfillment*

Uji Realibilitas *Promise Fullfillment*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	4

Sumber: Data olahan peneliti

8) Sub Variabel: *Value For Money*

Uji Realibilitas *Value For Money*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	2

Sumber: Data olahan peneliti

B. *Customer Satisfaction*

1) Sub Variabel *Product*

Uji Realibilitas *Product*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	2

Sumber: Data olahan peneliti

2) Sub Variabel *Service*

Uji Realibilitas *Service*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	2

Sumber: Data olahan peneliti

3) Sub Variabel *Purchases*

Uji Realibilitas *Purchases*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.755	2

Sumber: Data olahan peneliti

4.5 Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

Tabel 17. Tabel Kalkulasi *Customer Satisfaction Index*

Sub Variabel	Atribut	MIS	MSS	WF	WS
<i>Customer Experience</i>					
<i>Accessibility</i>	Lokasi mudah dijangkau dan strategis	4,27	4,18	3,21	13,44
	Lahan parkir tersedia luas	3,75	3,97	2,82	11,21
	Jam operasional sesuai	4,2	4,21	3,16	13,31
<i>Competence</i>	Menu sesuai standar	3,87	4,28	2,91	12,47
	Fasilitas telah memadai	4,11	4,03	3,09	12,47
	Tempat makan bersih dan nyaman	3,97	3,85	2,99	11,51
	Suasana nyaman	3,88	4,26	2,92	12,44
<i>Customer Recognition</i>	Informasi yang diberikan mudah dipahami	4,05	4,08	3,05	12,44
	Ramah dalam memberikan pelayanan	4	4,07	3,01	12,26
	Memberi salam hangat	4,02	4,27	3,03	12,92
<i>Helpfulness</i>	Lingkup kerja baik	4	4,23	3,01	12,74
	Karyawan memiliki inisiatif dan perhatian kepada konsumen	3,99	4,16	3,00	12,50
	Mampu memberikan informasi terkait menu	4,06	4,04	3,06	12,35
	Keluhan diatasi secara baik dan profesional	3,93	4,18	2,96	12,37
<i>Personalization</i>	Menjual dengan harga yang memenuhi semua kalangan	4,09	3,89	3,08	11,98
	Menu sesuai keinginan	3,93	4,08	2,96	12,07
	Alat-alat makan lengkap dan bersih	4,13	3,9	3,11	12,13
	Seluruh <i>condiment</i> makanan lengkap	4,09	4,03	3,08	12,41
	Memiliki desain bangunan yang menarik	4,05	4,13	3,05	12,59
<i>Problem Solving</i>	Merupakan tempat yang tepat bagi penikmat soto	4,05	4,04	3,05	12,32
	Suasana dalam kedai mendukung	3,94	4,05	2,97	12,01
<i>Promise Fullfillment</i>	Memberikan menu sesuai dengan yang dijelaskan dan tertulis	4,12	4,09	3,10	12,69
	Pelayanan yang diberikan memadai	3,94	4,18	2,97	12,40
	Bebas dari segala gangguan Ketika menikmati hidangan`	4,1	4,05	3,09	12,50
	Tempat makan luas dan tidak perlu mengantri	4,07	4,18	3,06	12,81
<i>Value For Money</i>	Harga yang ditawarkan sesuai	4,05	4,04	3,05	12,32
	Porsi yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan	3,96	4,07	2,98	12,13
<i>Customer Satisfaction</i>					
<i>Product</i>	Penataan produk telah sesuai	4,23	4,19	3,18	13,34
	Rasa hidangan memuaskan	3,93	4,09	2,96	12,10
	Melayani sepenuh hati	4,06	4,15	3,06	12,68
	Pelayanan yang diberikan melebihi espektasi	3,97	4,11	2,99	12,28

Service					
Purchases	Harga yang diberikan memuaskan kedua belah pihak	4.04	4.01	3.04	12,20
	Terjalin hubungan antara penjual dengan konsumen secara akrab	3.98	3.89	3.00	11,68
WT					409,03
CSI Total					81,81

Sumber: Data olahan peneliti

Importance Performance Analysis (IPA)

Tabel 18. Kalkulasi Importance Performance Analysis

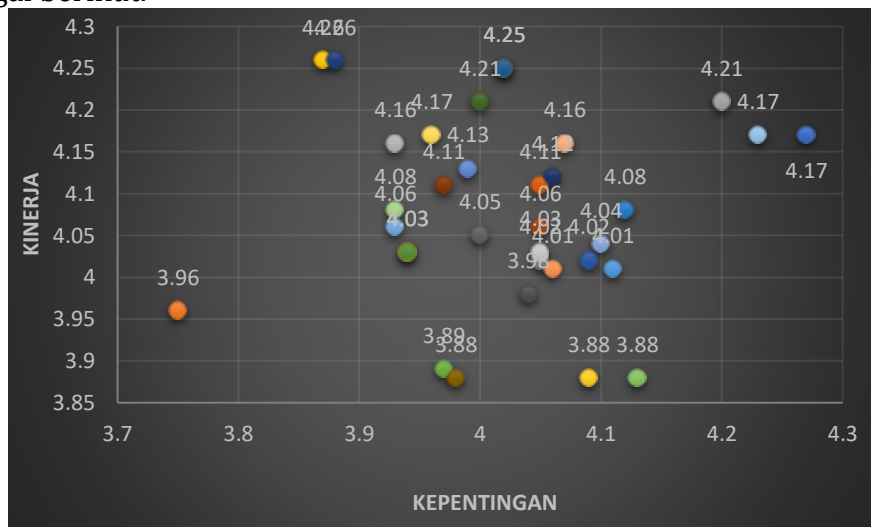
Koordinat	Atribut	Mean	
		Kepentingan	Kinerja
Customer Experience			
A1	Lokasi mudah dijangkau dan strategis	4,27	4,17
A2	Lahan parkir tersedia luas	3,75	3,96
A3	Jam operasional sesuai	4,2	4,21
C1	Menu sesuai standar	3,87	4,26
C2	Fasilitas telah memadai	4,11	4,01
C3	Tempat makan bersih dan nyaman	3,97	3,89
C4	Suasana nyaman	3,88	4,26
CR1	Informasi yang diberikan mudah dipahami	4,05	4,06
CR2	Ramah dalam memberikan pelayanan	4	4,05
CR3	Memberi salam hangat	4,02	4,25
H1	Lingkup kerja baik	4	4,21
H2	Karyawan memiliki inisiatif dan perhatian kepada konsumen	3,99	4,13
H3	Mampu memberikan informasi terkait menu	4,06	4,01
H4	Keluhan diatasi secara baik dan profesional	3,93	4,16
P1	Menjual dengan harga yang memenuhi semua kalangan	4,09	3,88
P2	Menu sesuai keinginan	3,93	4,06
P3	Alat-alat makan lengkap dan bersih	4,13	3,88
P4	Seluruh <i>condiment</i> makanan lengkap	4,09	4,02
P5	Memiliki desain bangunan yang menarik	4,05	4,11
PS1	Merupakan tempat yang tepat bagi penikmat soto	4,05	4,02
PS2	Suasana dalam kedai mendukung	3,94	4,03
PF1	Memberikan menu sesuai dengan yang dijelaskan dan tertulis	4,12	4,08
PF2	Pelayanan yang diberikan memadai	3,94	4,17
PF3	Bebas dari segala gangguan Ketika menikmati hidangan`	4,1	4,04
PF4	Tempat makan luas dan tidak perlu mengantri	4,07	4,16
VRM1	Harga yang ditawarkan sesuai	4,05	4,03
VRM2	Porsi yang diberikan sesuai dengan harga yang ditawarkan	3,96	4,07
Customer Satisfaction			
PR1	Penataan produk telah sesuai	4,23	4,17
PR2	Rasa hidangan memuaskan	3,93	4,08
S1	Melayani sepenuh hati	4,06	4,12
S2	Pelayanan yang diberikan melebihi espektasi	3,97	4,11
PU1	Harga yang diberikan memuaskan kedua belah pihak	4,04	3,98
PU2	Terjalin hubungan antara penjual dengan konsumen secara akrab	3,98	3,88
Mean		4,18	4,08

Sumber; Data olahan peneliti

Berdasarkan nilai rata-rata yang terdapat pada tabel 4.8 diketahui bahwa Soto Kudus Kembang Joyo memiliki persebaran yang tersebar pada :

- Kuadran I: Prioritas Utama (Fokus Improvement Effort Here) - 9 poin
- Kuadran II: Pertahankan Prestasi (Maintain Performance) – 9 poin
- Kuadran III: Prioritas Rendah (Medium-Low Priority) – 4 poin
- Kuadran IV: Berlebihan (Reduce Emphasis) – 8 poin

Persebaran atribut Soto Kudus Kembang Joyo dapat dilihat pada gambar dibawah sebagai berikut.



Gambar 3. Diagram Kartedius Importance Performance Analysis

Sumber: Data olahan peneliti

Berdasarkan Gambar diatas, maka dapat disimpulkan analisa masing-masing poin atribut sebagai berikut:

- Butir indikator yang terdapat di kuadran I salah satunya adalah indikator mengenai **menu sesuai standar , suasana nyaman , porsi sesuai dengan harga yang ditawarkan , dan keluhan diatasi secara baik dan profesional**. Indikator – indikator tersebut merupakan indikator yang saling berkaitan dan berkesinambungan. Soto Kudus Kembang Joyo merupakan salah satu kedai yang nyaman untuk dikunjungi. Hal tersebut dapat terlihat dari indikator H4 dan C4 dan tergolong ke dalam kategori “Puas” berdasarkan skala Likert yang dipakai didalam kuesioner. Soto Kudus Kembang Joyo dapat meninjau kembali atribut tersebut dan diharapkan dapat mengembangkan atribut-atribut yang terdapat di kuadran I
- Didalam kuadran II terdapat beberapa indikator yang termasuk ke dalamnya yang terdiri **jam operasional sesuai , lokasi mudah dijangkau dan strategis , penataan produk telah sesuai** . indikator berikut dapat dianggap telah memiliki kualitas yang memadai dan harus dapat dipertahankan. Salah satu yang menjadikan poin lokasi Soto Kudus Kembang Joyo strategis , karena Soto Kudus Kembang Joyo berlokasi di pusat perkulineran Jakarta Pusat yang didatangi banyak wisatawan ataupun penduduk lokal dan wilayah perkulineran sabang merupakan daerah perkulineran yang sudah terkenal dari lama.

- Terdapat beberapa indikator yang termasuk ke dalam kuadran III ,yaitu **terjalin hubungan akrab antara penjual dengan konsumen , tempat makan bersih dan nyaman ,dan lahan parkir yang luas**, Indikator-indikator yang terdapat di kuadran III merupakan indikator yang telah melemah dan tidak mendesak untuk diperbaiki , indikator yang terdapat di kuadran III Soto Kudus Kembang Joyo diharapkan dapat mengembangkan poin-poin yang termasuk ke dalam kuadran III dan kuadran IV serta meninjau ulang atribut-atribut yang dianggap bermasalah
- Pada kuadran IV terdapat beberapa indikator yang termasuk ke dalamnya yaitu , **alat-alat makan yang bersih dan lengkap , menjual dengan harga yang memenuhi semua kalangan , dan fasilitas yang telah memadai**. Indikator-indikator yang terdapat pada kuadran IV merupakan indikator yang harus dapat dilakukan pengelola walaupun tidak berefek signifikan , karena sifatnya bersangkutan dengan reputasi kedai terutama dari indikator kebersihan. Oleh karena itu walaupun indikator menyatakan bahwa telah dilakukan secara berlebihan , akan tetapi Soto Kudus Kembang Joyo tetap harus melakukan atribut tersebut dan salah satu solusi untuk menjawab hal tersebut adalah dengan tidak melakukannya berlebihan.

KESIMPULAN

Setelah peneliti melakukan pengolahan data dari berbagai sumber dan menganalisis , maka peneliti menyimpulkan bahwa :

1. Perhitungan berdasarkan analisis menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI) dapat disimpulkan bahwa responden merasa puas dengan pengalaman berkunjung di Soto Kudus Kembang Joyo di Jalan Sabang dari segi pelayanan , produk dan fasilitas dengan tingkat persentase kepuasan sebesar 81,81%
2. Pengujian pada metode Importance Performance Analysis (IPA) mendapat nilai rata-rata sebesar 4,08 pada tingkat kinerja berdasarkan nilai pada skala Likert yang menunjukkan bahwa responden puas terhadap Soto Kudus Kembang Joyo.

SARAN

Atas pembahasan diatas yang telah dilakukan peneliti , maka peneliti ingin memberikan beberapa masukan dan saran kepada Soto Kudus Kembang Joyo di Jalan Sabang dalam meningkatkan perkulineran soto dan tetap dapat menjaga kepuasan pelanggan. Berikut saran-saran yang ingin disampaikan peneliti :

1. Pengelola Soto Kudus Kembang Joyo harus lebih dapat mengatur Lahan parkir yang tersedia di kedai.
2. Pengelola harus dapat melatih karyawan ataupun diri sendiri didalam berinteraksi dengan konsumen agar konsumen tidak merasa asing.
3. Dapat lebih perhatian kepada beberapa atribut salah satunya kebersihan kedai dan peningkatkan atau mempertahankan kualitas layanan dan produk

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dewi Maharani, S. (2022). Kepuasan pelanggan ditinjau dari customer experience, customer value, dan brand image. In *Online) KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* (Vol. 19, Issue 3).

-
- [2] Fitrah Tunisya, A., Safitri, D., & Parantika, A. (2023). Pengembangan Potensi Atraksi Wisata Gastronomi di Desa Cililin Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 103–109. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7804725>
- [3] Husna, S., & Syukri, A. (n.d.). *PENERAPAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) DAN ANALISIS GAP PADA KUALITAS PELAYANAN TRANS JOGJA*.
- [4] Iqbal, M., Dahlan, A., & Kholid Mawardi, F. M. (2015). PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan KFC Kawi Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol* (Vol. 28, Issue 1).
- [5] Permana, E., Thalib, S., & Wulandjani, H. (2022). IMPLEMENTASI MATRIKS IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) UNTUK MENGEMBANGKAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PANCASILA. *Jurnal Riset Bisnis*, 6(1), 126–143.
- [6] Setiawan, A., Fitri Ikatrinasari, Z., & Prabowo, H. A. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan Dengan Menggunakan Metode Eduqual dan Importance Performance Analysis. *JISI: JURNAL INTEGRASI SISTEM INDUSTRI*, 10. <https://doi.org/10.24853/jisi.4.1.pp-pp>
- [7] Tandilino, E. V., Dharma Widada, & Farida Djumiati Sitania. (2023). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Jasa Pelayanan Dengan Metode Servqual dan Customer Satisfaction Index (CSI). *JOURNAL OF INDUSTRIAL AND MANUFACTURE ENGINEERING*, 7(2), 266–275. <https://doi.org/10.31289/jime.v7i2.10205>
- [8] Cholik, Firdaus Ikrar., Rufial dan Bida Sari, “ Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering di Bekasi”. *IKHRAITH Ekonomika Vol 5 No 1 (Maret 2022): 59*. https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH_EKONOMIKA/article/view/1712.
- [9] Finthariasari, Meilaty., Sri Ekowati dan Roy Krisna. “Pengaruh Kualias Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen”. *Journal Ekombis Review*, Vol. 8 No. 2 (Juli 2020). <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1081>.
- [10] Yudhistira and Fatmawati *Journal of Ethnic Foods* (2020) 7:27 <https://doi.org/10.1186/s42779-020-00067-z>
- [11] Iwinsyari, Sri dan Herry Nurdin. “Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Lesehan Inasei). *Journal Scientific Of Mandalika (JSM)*, Vol. 2 No. 7 <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/article/view/757>. (2022).
- [12] Siregar, Amir Hamzah. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Cita Rasa Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Mbak Siti”. *Journal Economy And Currency Study (JECS)*, Volume 3 No 1 (Januari 2021). <https://pusdikra-publishing.com/index.php/jecs/article/view/131>.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN