

ANALISA PENINGKATAN KUALITAS PADA PELAYANAN JASA PT. SUCOFINDO ANALYTICAL LABORATORIUM SURABAYA DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE* (PGCV)

Farid Affiudin dan Lisa Sulistyawati

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis,
UPN “Veteran” Jawa Timur

Affiudin.farid@gmail.com

Abstrak

Kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara kinerja yang diharapkan oleh pelanggan dibandingkan dengan kinerja aktual di lapangan. Ketika kinerja aktual lebih tinggi dibandingkan dengan harapan pelanggan maka pelanggan merasakan puas dan sebaliknya. Pada kasus perusahaan jasa, kepuasan pelanggan adalah salah satu faktor penting dalam menciptakan iklim bisnis yang baik, pada contoh kasus ini, PT Sucofindo Analytical Laboratorium Surabaya belum maksimal dalam memuaskan hasrat pelanggan, untuk itu perlu dianalisis faktor apa saja yang berpengaruh. Dilihat dari kualitas pelayanan serta aplikasi bauran pemasaran yang meliputi variabel *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, *Tangible*, di PT Sucofindo Analytical Laboratorium Surabaya yang dianalisis melalui *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) maka dari dua puluh satu atribut yang termasuk pada lima variabel tersebut maka ada lima hal penting yang perlu di improvisasi yaitu mengenai tercantumnya harga jasa, area parkir yang luas dan mudah, harga yang standar untuk laboratorium pengujian, sering ada promo atau potongan harga, dan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, aplikasi bauran pemasaran, *importance performance analysis* (IPA), *potential gain in customer value* (PGCV), kepuasan pelanggan

Abstract

Customer satisfaction is comparison between customer's expected performance and actual performance. When actual performance is higher than customer expectation, customer will be satisfied and vice versa. Case at service companies, customer satisfaction is one of the important factor in creating good climate for business, in this case study, PT Sucofindo Analytical Laboratory Surabaya has not maximized in serving customer needs. Therefore, it needs to be analyzed the factors affecting that matter. From the quality service and the application of marketing mix, consist of Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangible, at PT Sucofindo Analytical Laboratory Surabaya which have been analyzed by using Importance Performance Analysis from twenty one attributes which represent the five variables show there are five things to be improved. The gap analysis between actual performance and expectation shows that performance of PT Sucofindo Analytical Laboratory Surabaya has not surpassed customer expectations.

Keywords : service quality, marketing mix applications, importance performance analysis (IPA), potential gain in customer value (PGCV) customer satisfaction

PENDAHULUAN

Pemerintah sebagai pemegang regulasi untuk senantiasa mengawasi atau menginspeksi setiap masuknya produk – produk asing ke Indonesia sudah mempunyai gerakan untuk menstandarisasikan semua produk-produk yang beredar yaitu melalui Genap SNI (Gerakan Nasional Penerapan Standar Nasional Indonesia) baik untuk keperluan ekspor maupun impor, hal ini ditujukan dalam rangka melindungi konsumen agar produk yang sampai ke tangan mereka adalah produk yang layak atau terstandarisasi. Dari sanalah pemerintah menjalin kerjasama dengan lembaga atau instansi-instansi terkait baik milik pemerintah maupun swasta untuk mengawasi peredaran produk-produk dipasaran, dalam hal ini PT Sucofindo adalah salah satu mitra pemerintah dalam pengawasan tersebut.

PT. Sucofindo Analytical Laboratorium Surabaya berdiri sejak tahun 2001, bergerak di bidang jasa analisis, inspeksi dan kalibrasi. Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan yang bergerak sama dengan PT. Sucofindo sudah banyak bermunculan, baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Hal tersebut patut diperhatikan karena bisa mengancam eksistensi dari PT. Sucofindo.

Untuk itulah perlu adanya peningkatan kepuasan pelanggan demi terciptanya iklim perusahaan yang baik. Dalam model penelitian Zeithaml (2000), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu: bukti fisik

(*tangibles*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*), dan jaminan (*assurance*).

Berdasarkan data presentase penurunan permintaan order tiap bagian lab dapat diketahui adanya salah satu lab yang mengalami hingga 30%, yang diindikasikan adanya ketidakpuasan pelanggan, sehingga pelanggan tersebut beralih ke menggunakan jasa perusahaan lain. Dari sanalah perlu bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. perlu pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dengan membandingkan persepsi pelanggan dengan harapan pelanggan mengenai kinerja PT. Sucofindo Analytical Laboratorium Surabaya.

Untuk analisis lebih lanjut digunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dimana dengan menggunakan metode ini dapat melihat sejauh mana pencapaian perusahaan, serta yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan oleh perusahaan.

Selanjutnya melalui metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) diharapkan akan memberikan hasil berkaitan dengan atribut mana yang secara prioritas harus diperbaiki untuk memenuhi kepuasan pelanggan. PGCV merupakan pelengkap dari metode IPA. Metode ini merupakan metode yang mudah dilakukan untuk menganalisis pelanggan. Kemudahan tersebut memberikan jalan bagi diagram kartesius IPA untuk dibandingkan dalam bentuk kualitatif yang lebih terperinci. Metode PGCV ini dapat menganalisis masing-masing atribut yang diteliti. Kelebihan inilah yang dapat digunakan

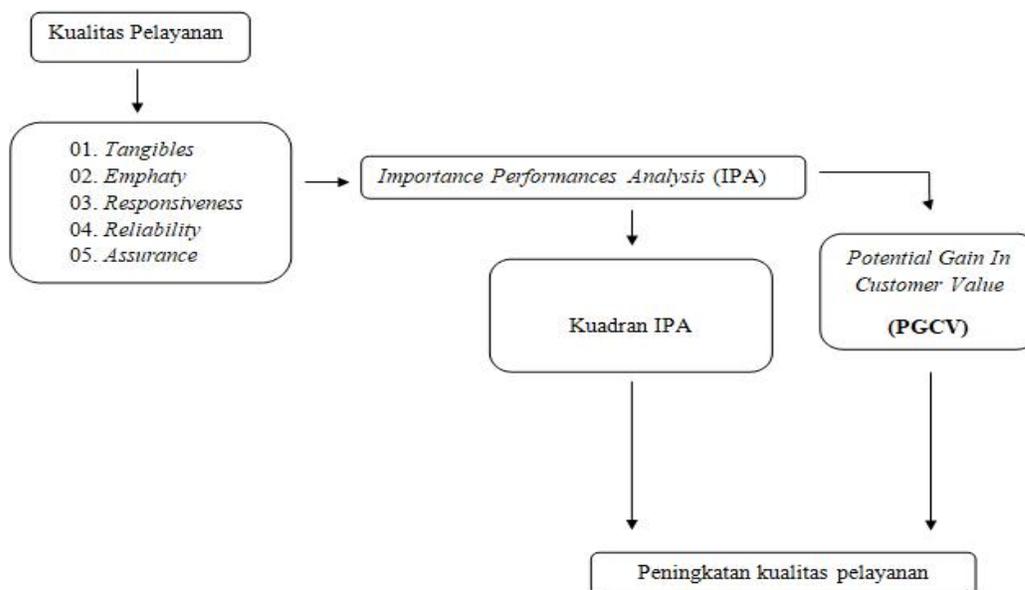
untuk melengkapi analisis IPA dimana untuk menentukan atribut yang memerlukan perbaikan yaitu dengan menghitung tingkat kesesuaian dan diagram kartesius. Sedangkan untuk mengurutkan atribut-atribut yang perlu perbaikan dengan memperhatikan nilai PGCV.

METODE PENELITIAN

PT. Sucofindo Analytical Laboratorium Surabaya merupakan perusahaan bergerak dibidang pelayanan jasa sertifikasi produk yang diinginkan pelanggan agar produk atau jasa pelanggan sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI). Untuk mencari tingkat kualitas pelayanan, penelitian ini terlebih dahulu menganalisis atribut-atribut dari kualitas pelayanan. Atribut-atribut yang diteliti yaitu;

Tangibles (Bukti fisik), *Emphaty* (Empati), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Realiability* (Kehandalan), dan *Assurance* (Jaminan). Atribut- atribut tersebut akan dianalisis dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) agar mengetahui atribut-atribut mana yang berada di kuadran 1 yang berarti menurut adanya perbaikan kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) agar mengetahui priorotas atribut mana yang perlu adanya perbaikan terlebih dahulu.

Dari kedua metode analisis tersebut maka dapat diketahui atribut atribut apa saja yang secara prioritas memerlukan adanya peningkatan kualitas pelayanan di PT. Sucofindo Analytical Laboratorium Surabaya.



Tabel 1 Variabel dan Atribut Penelitian

No	Dimensi	Pernyataan	
1.	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1.	Penampilan karyawan yang rapi dan bersih
		2.	Kebersihan PT. Sucofindo
		3.	Tercantumnya buku harga jasa
		4.	Suhu ruangan CS PT. Sucofindo yang nyaman
		5.	Area parkir yang luas mudah dan bersih
2.	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	6.	Jasa PT. Sucofindo lengkap sesuai dengan kebutuhan pelanggan
		7.	Harga jasa sesuai dengan harga yang di kasir
		8.	Harga yang standar untuk laboratorium pengujian
		9.	Sering ada promo atau potongan harga
		10.	Kemudahan dalam mencari jasa yang dibutuhkan
3.	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	11.	Karyawan cepat dan tepat dalam melayani pelanggan
		12.	Karyawan sangat paham akan jasa yang dijualnya
		13.	Kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan ketika dituturkan
		14.	Bila ada komplain PT. Sucofindo segera merespon
4.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	15.	Jasa terjamin kualitasnya
		16.	Jaminan komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan
		17.	Tempat parkir yang aman
		18.	Pengembalian uang apabila tidak sesuai dengan konfirmasi order

5.	Emphaty (Empati)	19.	Karyawan PT. Sucofindo memberikan anggapan perhatian kepada pelanggan sebagai orang yang penting
		20.	Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial
		21.	Pelayanan yang ramah dan santun terhadap pelanggan

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian (Suharsimi Arikunto, 2006:130). Menurut Sugiyo no, (2006:72) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. SUCOFINDO ANALYTICAL LAB SURABAYA Jl. A. Yani no.315, Surabaya dari awal tahun 2001 sampai sekarang.

Arikunto (2006: 131) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2006:73). Sampel yang dipakai harus dapat mewakili dan mencerminkan populasi yang ada. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Pertimbangan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sbb:

1. Jumlah sample dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus menurut Arikunto (2006:123), sebagai berikut:

$$n = \left(\frac{Z}{e}\right)^2 (P)\left(1 - \frac{1}{P}\right)$$

Keterangan:

n= ukuran sample

P= jumlah populasi

e= *sampling error* (10%)

Z= standart untuk kesalahan yang dipilih

Jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui, maka harga P (1-P) maksimal adalah 0.25, menggunakan *coifidence level* 95% dengan tingkat kesalahan tidak lebih dari 10%, maka banyaknya sample adalah:

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

$$n = 96,04$$

Maka dibulatkan menjadi 100 orang.

Setelah jumlah sampel ditentukan maka instrumen penelitian dibagikan sebagai sumber data, sumber data yang digunakan diantaranya yaitu:

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh sejumlah informasi dari responden yang berisi laporan tentang pribadinya, atau hal lain yang diketahui. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data tentang persepsi dan harapan dari konsumen.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara mencatat dari dokumen yang telah dimiliki pihak perusahaan. Pengumpulan

data dengan dokumentasi akan dilakukan peneliti sejak peneliti berada dilapangan. Dokumentasi tersebut antara lain lokasi, sejarah perusahaan dan perkembangannya.

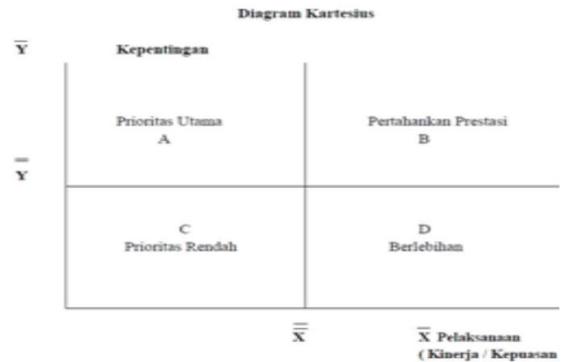
Skala Likert

Sugiyono (2012) menerangkan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang atau sejumlah kelompok terhadap sebuah fenomena sosial yang dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dengan skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut adalah skala yang dipakai pada penelitian ini:

- a. Tidak Setuju
- b. Kurang Setuju
- c. Setuju
- d. Sangat Setuju

IMPORTANCE ANALYSIS (IPA) PERFORMANCE

Menurut Tjiptono (2011) teknik ini dikemukakan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dalam Artikel mereka “*Importance-Performance Analysis*” yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance-Performance Matrix*, yang mana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan. Maka nanti akan didapat hasil berupa empat kuadran sesuai gambar berikut:



Kuadran 1

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk berada pada tingkat tinggi, tetapi jika di lihat dari kepuasannya, konsumen merasakan tingkat yang rendah, sehingga konsumen menuntut adanya perbaikan atribut tersebut. Perusahaan hendaknya melakukan usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang berarti pula bahwa atribut-atribut ini perlu di tingkatkan lagi agar kepuasan konsumen dapat diraih.

Kuadran 2

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk berada pada tingkat tinggi, dan dilihat dari kepuasannya, konsumen merasakan tingkat yang tinggi juga. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya, karena atribut-atribut inilah yang telah menarik konsumen.

Kuadran 3

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk kurang dianggap penting, tetapi

jika dilihat dari tingkat kepuasan konsumen cukup baik. Namun, konsumen mengabaikan atribut-atribut yang terletak pada posisi ini.

Kuadran 4

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasanya, konsumen merasa sangat puas.

Potential Gain in Customer Value

(PGCV)

Alat pengukur kepuasan pelanggan secara kuantitatif sangat dibutuhkan dalam rangka survey kepuasan pelanggan. Menurut Hom (1997), *Indeks Potential Gain in Customer Value (PGCV)* adalah sebuah peralatan yang sering digunakan dalam metode analisa pemasaran. *Indeks PGCV* dapat menyediakan masukan kuantitatif untuk spektrum yang luas dari sebuah analisis strategis.

Dalam analisa *PGCV* juga melibatkan tingkat performansi (*Performance*) dan kepentingan

(*Importance*), dapatnya pihak manajemen juga dapat membangun suatu survey yang dapat mengukur dua hal yang penting yaitu:

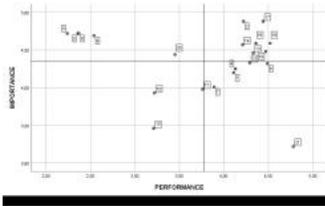
- a. Persepsi konsumen dari tingkat kepentingan dari suatu pelayanan.
- b. Persepsi konsumen atas tingkat performansi kepuasan dari suatu pelayanan.

Setelah melakukan pemetaan grafik *Importance dan Performance* dari setiap kriteria variabel, maka selanjutnya adalah melakukan perhitungan *indeks PGCV*. *Indeks PGCV* dari setiap variabel / dimensi pelayanan tergantung dari dua faktor yaitu *Achieve Customer Value (ACV)* yang merupakan suatu nilai yang dapat diperoleh dengan mengalikan nilai tingkat kepentingan dengan nilai tingkat performansi yang diperoleh dari suatu survei dan *Ultimathy Desire Customer Value (UDCV)* yaitu suatu nilai yang diperoleh dengan mengalikan nilai tingkat performansi yang tertinggi yang paling mungkin dari skala penelitian yang dibuat (Hom, 1997).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara keseluruhan hasil tiap atribut kepuasan pelanggan dapat disimpulkan sebagai berikut:

No Atribut	Tingkat Kinerja (Xi)	Tingkat Kepentingan (Yi)	Rata-rata Xi	Rata-rata Yi
A1	411	420	4,11	4,2
A2	422	488	4,22	4,88
A3	224	472	2,24	4,72
A4	413	425	4,13	4,25
A5	236	472	2,36	4,72
A6	432	444	4,49	4,32
A7	389	401	3,89	4,01
A8	237	472	2,37	4,72
A9	254	469	2,54	4,69
A10	322	393	3,22	3,93
A11	376	398	3,76	3,98



A12	429	433	4,29	4,33
A13	433	446	4,33	4,46
A14	421	457	4,21	4,57
A15	321	346	3,21	3,46
A16	447	448	4,47	4,48
A17	444	488	4,44	4,88
A18	436	459	4,36	4,59
A19	452	459	4,52	4,59
A20	345	444	3,45	4,44
A21	322	443	4,78	3,22
	Rata- rata		3,78	4,35

sius Importance Performance Analysis (IPA)

Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut- atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan. Atribut- atribut ini prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan oleh perusahaan.

- a. Atribut 3 : Tercantumnya buku jasa.
- b. Atribut 5 : Area parkir yang luas, mudah, dan bersih.
- c. Atribut 8 : Harga yang standar untuk laboratorium pengujian.
- d. Atribut 9 : Sering ada promo atau potongan harga.
- e. Atribut 20 : Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial.

Kesimpulan: Perusahaan memprioritaskan untuk fokus memperbaiki atribut-atribut yang berada pada kuadran ini, dikarenakan kualitas kinerja yang tidak memuaskan.

Kuadran II (Pertahankan prestasi)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan dan kinerja pelayanannya sangat memuaskan.

- a. Atribut 2 : Kebersihan PT. Sucofindo
- b. Atribut 12 : Karyawan sangat paham akan jasa yang dijualnya.
- c. Atribut 13 : Kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan ketika dibutuhkan
- d. Atribut 14 : Bila ada komplain PT. Sucofindo segera merespon.
- e. Atribut 16 : Jaminan komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan.
- f. Atribut 17 : Tempat parkir yang aman.
- g. Atribut 18 : pengembalian uang apabila tidak sesuai dengan konfirmasi order.
- h. Atribut 19 : Karyawan PT. Sucofindo memberikan perhatian kepada pelanggan sebagai orang yang penting.

Kesimpulan : Pelanggan sangat puas. Perusahaan harus mempertahankan atribut-atribut kualitas pelayanan yang berada pada kuadran ini.

Kuadran III (Prioritas rendah) Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan.

- a. Atribut 10 : Kemudahan dalam mencari jasa yang diinginkan
- b. Atribut 15 : Jasa terjamin kualitasnya

Kesimpulan : Pelanggan tidak puas dengan atribut-atribut yang berada di kuadran ini, tetapi tidak terlalu menghiraukan dengan adanya atribut-atribut tersebut.

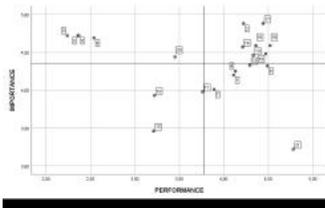
Kuadran IV (Berlebihan) Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya memuaskan.

- a. Atribut 1 : Penampilan karyawan yang rapi dan bersih
- b. Atribut 4 : Suhu ruangan CS PT. Sucofindo yang nyaman
- c. Atribut 6 : Jasa PT. Sucofindo lengkap sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- d. Atribut 7 : Harga jasa yang tercantum sesuai dengan harga kasir.
- e. Atribut 11 : Karyawan cepat dan tepat dalam melayani pelanggan.
- f. Atribut 21 : Pelayanan ramah dan santun terhadap pelanggan

Kesimpulan : Pelanggan sudah merasakan puas atas kinerja pelayanannya yang diberikan oleh perusahaan.

Potential Gain in Customer Value (PGCV)

Berdasarkan Kuadran I yaitu atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan, dapat diketahui pada tabel berikut.



A12	429	433	4,29	4,33
A13	433	446	4,33	4,46
A14	421	457	4,21	4,57
A15	321	346	3,21	3,46
A16	447	448	4,47	4,48
A17	444	488	4,44	4,88
A18	436	459	4,36	4,59
A19	452	459	4,52	4,59
A20	345	444	3,45	4,44
A21	322	443	4,78	3,22
	Rata- rata		3,78	4,35

sius Importance Performance Analysis (IPA)

Kuadran I (Prioritas Utama)

Atribut- atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan. Atribut- atribut ini prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan oleh perusahaan.

- a. Atribut 3 : Tercantumnya buku jasa.
- b. Atribut 5 : Area parkir yang luas, mudah, dan bersih.
- c. Atribut 8 : Harga yang standar untuk laboratorium pengujian.
- d. Atribut 9 : Sering ada promo atau potongan harga.
- e. Atribut 20 : Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial.

Kesimpulan: Perusahaan memprioritaskan untuk fokus memperbaiki atribut-atribut yang berada pada kuadran ini, dikarenakan kualitas kinerja yang tidak memuaskan.

Kuadran II (Pertahankan prestasi)

Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan dan kinerja pelayanannya sangat memuaskan.

- a. Atribut 2 : Kebersihan PT. Sucofindo
 - b. Atribut 12 : Karyawan sangat paham akan jasa yang dijualnya.
 - c. Atribut 13 : Kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan ketika dibutuhkan
 - d. Atribut 14 : Bila ada komplain PT. Sucofindo segera merespon.
 - e. Atribut 16 : Jaminan komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan.
 - f. Atribut 17 : Tempat parkir yang aman.
 - g. Atribut 18 : pengembalian uang apabila tidak sesuai dengan konfirmasi order.
 - h. Atribut 19 : Karyawan PT. Sucofindo memberikan perhatian kepada pelanggan sebagai orang yang penting.
- Kesimpulan : Pelanggan sangat puas. Perusahaan harus mempertahankan atribut-atribut kualitas pelayanan yang berada pada kuadran ini.

Kuadran III (Prioritas rendah) Atribut-atribut pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan.

- a. Atribut 10 : Kemudahan dalam mencari jasa yang diinginkan
- b. Atribut 15 : Jasa terjamin kualitasnya

Kesimpulan : Pelanggan tidak puas dengan atribut-atribut yang berada di kuadran ini, tetapi tidak terlalu menghiraukan dengan adanya atribut-atribut tersebut.

Kuadran IV (Berlebihan) Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya memuaskan.

- a. Atribut 1 : Penampilan karyawan yang rapi dan bersih
- b. Atribut 4 : Suhu ruangan CS PT. Sucofindo yang nyaman
- c. Atribut 6 : Jasa PT. Sucofindo lengkap sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- d. Atribut 7 : Harga jasa yang tercantum sesuai dengan harga kasir.
- e. Atribut 11 : Karyawan cepat dan tepat dalam melayani pelanggan.
- f. Atribut 21 : Pelayanan ramah dan santun terhadap pelanggan

Kesimpulan : Pelanggan sudah merasakan puas atas kinerja pelayanannya yang diberikan oleh perusahaan.

Potential Gain in Customer Value (PGCV)

Berdasarkan Kuadran I yaitu atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan, dapat diketahui pada tabel berikut.

Tabel PGCV Kuadran I

No atribut	Nilai PGCV	Skala Prioritas
A3	13,03	I
A5	12,46	II
A8	12,41	III
A9	11,54	IV
A20	6,88	V

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa atribut A3 merupakan prioritas ke-1 dengan *indeks* PGCV sebesar 13.03, atribut A5 merupakan prioritas ke-2 dengan *indeks* PGCV sebesar 12.46, atribut A8 merupakan prioritas ke-3 dengan indeks PGCV sebesar 12.41, atribut A9 merupakan prioritas ke-4 dengan *indeks* PGCV sebesar 11.54, dan atribut A20 merupakan prioritas ke-5 dengan *indeks* PGCV sebesar 6,88.

Dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (OGCV) dapat diketahui bahwa adanya atribut-atribut yang harus mengalami perbaikan yaitu tercantumnya harga buku jasa, area parkir yang luas dan bersih, harga yang standar untuk laboratorium pengujian, sering ada promo atau potongan harga, dan pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian pada hasil dan dan pembahasan yang telah diuraikan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa atribut-atribut yang harus mengalami perbaikan secara priotitas adalah atribut sebagai berikut:

1. Atribut 3 :
Tercantumnya buku jasa.
2. Atribut 5 : Area parkir yang luas, mudah, dan bersih.
3. Atribut 8 : Harga yang standar untuk laboratorium pengujian.
4. Atribut 9 : Sering ada promo atau potongan harga.
5. Atribut 20 : Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial

DAFTAR PUSTAKA

- Herjanto, Eddy. (2008). Manajemen Operasi. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono, Prof., Dr. (2010). Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta,CV
- Sugiyono, Prof., Dr. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV
- Suliyanto. (2005). Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suliyanto, Dr. (2010). Studi Kelayakan Bisnis. Yogyakarta: Andi.
- Supranto,J.(2010).Analisis Multivariat: Arti dan Interpretasi. Jakarta: Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandy., Gregorius Chandra.
(2011). *Service, Quality, & Satisfaction*, Edisi 3 Yogyakarta: Andi.

Umar, Husein. (1997). *Metodologi Penelitian: Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Uyanto, Stanislaus S, Ph.D. (2009). *Pedoman Analisis Data Dengan SPSS*. Yogyakarta: Griya Ilmu

Zeithaml, Valarie A., And Mary JoBitner
(2000). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*, Second Edition. New York, NJ : Mc. Graw-Hill Companies Inc.

Skripsi :

Okta Angreni, Helda. 2016. *Analisa Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan metode Importance Performance Analysis dan Potential Gain in Customer Value (Studi Kasus:CV. ANDRROWS)*. Skripsi. Universitas Brawijaya Malang tode *Importance Performance Analysis dan Potential Gain In Costumer Value (Studi kasus : RS Bhayangkara POLDA Jambi)*. Skripsi. Universitas Telkom.

Yunus, Anwar. 2012. *Analisis KepuasanPelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perawatan Berkala Sepeda Motor Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Potential Gain In Costumer Value (Studi Kasus : Bengkel Servis Yamaha Intan Motor Kroya)*. Skripsi. Univesitas Brawijaya Malang.

Website:

PT. SUCOFINDO. Website resmi PT. Sucofindo.
<https://sucofindo.co.id> (Diakses Sabtu, 17 Agustus 2019 pukul 16.40)