

**ANALISA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE  
*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DAN  
*POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE* (PGCV)  
(STUDI PADA *BURGER GARAGE* PANDAAN)**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH :**

**DIMAS MAULANA I.R**

**17042010128**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2021**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE  
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN  
POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV)  
(STUDI PADA BURGER GARAGE PANDAAN)**

**Disusun Oleh :**

**DIMAS MAULANA LR**

**NPM : 17042010128**

**Telah dipertabankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada tanggal 29 November 2021**

**Pembimbing Utama**



**Ir. Lisa Sulistyawati, MM**  
**NIP. 195802231987032001**


**Tim Penguji**

**1. Ketua**




**Dr. Rusdi Hidayat N., M.Si**  
**NIP. 196805011994032001**

**2. Sekretaris**



**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
**NIP. 196406291990032001**

**3. Anggota**



**Ir. Lisa Sulistyawati, MM**  
**NIP. 195802231987032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukrno, MS, CHRA**  
**NIP. 19590701198703100**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**ANALISA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE  
*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* DAN  
*POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV)*  
(STUDI PADA *BURGER GARAGE* PANDAAN)**

**Disusun Oleh:**



**DIMAS MAULANA LR**

**NPM. 17042010128**

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Seminar Hasil :**

**Menyetujui,**

**PEMBIMBING**



**Ir. Lisa Sulistyawati. MM**

**NIP. 195802231987032001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**Dr. Drs. Ec. Genut Sularno, MS/CHRA**

**NIP : 19590701198703100**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “**Analisa Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode *Importance Performance Analysis (IPA) Dan Potential Gain In Customer Value (PGCV)*” (Studi Pada *Burger Garage Pandaan*) ini dapat tersusun hingga selesai.**

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, hal itu disadari karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pihak lain pada umumnya. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat pelajaran, dukungan motivasi, bantuan berupa bimbingan yang sangat berharga dari berbagai pihak mulai dari pelaksanaan hingga penyusunan skripsi ini.

Dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang-orang yang penulis hormati dan cintai yang membantu secara langsung maupun tidak langsung selama pembuatan skripsi ini. Terutama kepada kedua Orang Tua tercinta yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan kasih sayang serta pengorbanannya baik dari segi moril, materi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Pada kesempatan kali ini penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Dr,Drs,Ec, Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Ir. Lisa Sulistyawati, MM selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
4. Bapak dan ibu dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Kedua orang tua yang dengan tulus selalu mendukung secara materil maupun non materil kepada peneliti
6. Seluruh rekan – rekan Administrasi Bisnis Angkatan 2017 dan sahabat – sahabat terutama Laily Alvi Nikmah, teman – teman War-Wer, dan segenap tim Anda Pet Shop yang telah memberi semangat dan waktunya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dan harapan penulis semoga penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca, Untuk ke depannya dapat memperbaiki bentuk maupun menambah isi penelitian agar menjadi lebih baik lagi. Karena keterbatasan pengetahuan maupun pengalaman, penulis yakin masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan penelitian ini.

Dengan demikian penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan kata yang kurang baik dari pembaca. Semoga bermanfaat untuk pembaca dan penulis dan mendapat ridho dari Allah SWT.

Pandaan, 6 Maret 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II .....</b>	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori .....	14
2.2.1 Pemasaran.....	14
2.2.2 Jasa .....	25
2.2.3 Produk.....	28
2.2.4 Kualitas Pelayanan .....	30
2.2.5 Kepuasan Konsumen .....	34
2.2.6 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	39
2.2.7 <i>Potential Gain In Customer Value (PGCV)</i> .....	40
2.3 Kerangka Berpikir .....	41

2.4	Hipotesis .....	42
<b>BAB III.....</b>		<b>43</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	43
3.2	Definisi Operasional.....	43
3.2.1	Kepuasan Konsumen .....	43
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian .....	46
3.4	Populasi dan Sampel .....	47
3.4.1	Populasi .....	47
3.4.2	Sampel .....	47
3.5	Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....	49
3.5.1	Data Primer.....	49
3.5.2	Data Sekunder .....	51
3.6	Metode Pengolahan Data.....	52
3.6.1	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	52
3.6.2	<i>Potential Gain In Customer Value (IPA)</i> .....	57
3.7	Identifikasi Indikator Yang Diteliti .....	59
<b>BAB IV .....</b>		<b>62</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>62</b>
4.1	Hasil.....	62
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	62
4.1.2	Hasil Penyajian Data.....	67
4.2	Pembahasan .....	77
4.2.1	Pembahasan Metode <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	77
4.2.2	Pembahasan Metode <i>Potential Gain in Customer Value (PGCV)</i> .....	80
4.3	Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu.....	81

<b>BAB V.....</b>	<b>86</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>86</b>
5.1    Kesimpulan.....	86
5.2    Saran.....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	41
Gambar 3.1 Diagram Kartesius.....	56
Gambar 4.1 Toko <i>Burger Garage</i> Pandaan .....	63
Gambar 4.2 Logo <i>Burger Garage</i> Pandaan .....	64
Gambar 4.3 Produk <i>Burger Garage</i> Pandaan .....	65
Gambar 4.4 Diagram Kartesius <i>Importance Performnace Analysis</i> .....	76

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan 2 tahun terakhir .....	6
Tabel 3.1 Skala Likert .....	51
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	68
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	70
Tabel 4.4 Tingkat Kesesuaian Responden .....	71
Tabel 4.5 Hasil Penilaian Tingkat Kesesuaian Responden .....	73
Tabel 4.6 Nilai Rata-rata Skor Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan .....	75
Tabel 4.7 Perhitungan PGCV Kuadran I .....	77
Tabel 4.8 Nilai PGCV Kuadran I.....	80
Tabel 4.9 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu .....	82

## ABSTRAK

**DIMAS MAULANA I.R, 17042010128, ANALISA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN KONSUMEN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV)* (STUDI PADA *BURGER GARAGE PANDAAN*)**

**DOSEN PEMBIMBING : Ir. Lisa Sulistyawati, MM**

Kepuasan konsumen sangat penting bagi sebuah bisnis, karena dapat menciptakan komitmen dan loyalitas terhadap suatu produk. Konsumen akan membeli secara berulang, karena sudah tercipta kepercayaan dan pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan mutu dari suatu perusahaan di mata konsumen. Apabila kualitas yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan maka hal ini akan menambah tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk. Analisis kualitas pelayanan ini dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*. Terdapat lima dimensi dalam kualitas pelayanan yang dianalisis meliputi *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangible*. Dari dua puluh atribut yang ditanyakan kepada konsumen *Burger Garage Pandaan*, terdapat dua atribut yang membutuhkan perhatian lebih, sehingga menjadi prioritas perbaikan. Atribut pertama yaitu area parkir yang luas dan mudah, sedangkan atribut yang kedua yaitu ketepatan waktu pesanan tiba.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan ; Kepuasan Konsumen ; *Importance Performances Analysis (IPA)* ; *Potential Gain In Customer Value (PGCV)***

## ABSTRACT

**DIMAS MAULANA I.R, 17042010128, ANALYSIS OF IMPROVING THE QUALITY OF CUSTOMER SATISFACTION SERVICES USING IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) AND POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV) (STUDY ON BURGER GARAGE PANDAAN) METHODS**

**LECTURER : Ir. Lisa Sulistyawati, MM**

*Customer satisfaction is very important for a business, because it can create commitment and loyalty to a product. Consumers will buy repeatedly, because trust and good service have been created. Good service quality will improve the quality of a company in the eyes of consumers. If the quality provided is in accordance with the wishes and expectations of customers, this will increase the level of customer satisfaction with a product. This service quality analysis is carried out using two methods, namely the Importance Performance Analysis (IPA) method and the Potential Gain in Customer Value (PGCV) method. There are five dimensions of service quality analyzed including Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangible. Of the twenty attributes asked to Burger Garage Pandaan consumers, there are two attributes that require more attention, so that they become a priority for improvement. The first attribute is a large and easy parking area, while the second attribute is the timeliness of orders to arrive.*

***Keywords : Service quality ; Consumer Satisfaction; Importance Performances Analysis (IPA) ; Potential Gain In Customer Value (PGCV)***

