

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Jasa

Dari (Ananda Rizki, 2020), jasa ialah suatu tampilan yang mudah hilang, tidak bisa dimiliki tetapi dapat dirasakan, serta konsumen langsung terlibat dalam merasakan pelayanan. pada metode marketing, Karena makna jasa sangat berbeda dengan makna komoditas dalam bentuk produk, maka penting untuk mempertimbangkan definisinya dengan cermat. keadaan dan tingkat pertumbuhan tergantung pada prespektif pelanggan terhadap kinerja pemberi jasa.

Sudah menjadi rahasia umum bahwa layanan berbeda dari produk atau barang yang diproduksi dalam beberapa hal. Empat ciri-ciri paling umum dari layanan yang membedakannya dari produk pada umumnya adalah sebagai berikut:

a. Intangibility

Berbeda dengan barang yang bias diperhatikan, dirasakan, dicicipi, ataupun disentuh, pelayanan memiliki karakteristik abstrak dan tidak berwujud.

b. Heterogenitas

Jasa pelayanan sangat bervariasi dan tidak terstandarisasi. Dengan kata lain, bahkan ketika seorang individu melakukan suatu jasa, tidak ada dua hasil jasa yang serupa karena adanya keterwakilan. Hal ini merupakan hasil dari hubungan antar manusia, termasuk hubungan antara pelanggan dan staf, serta berbagai ekspektasi dan kesan yang menyertainya.

c. Ketidakterpisahan

Pelanggan sering kali mengambil bagian dalam produksi dan konsumsi layanan

secara bersamaan. Agar pelanggan dapat melihat dan bahkan ikut serta dalam proses produksi, mereka harus hadir di tempat di mana jasa yang diinginkan disediakan.

d. Mudah rusak

Kecil kemungkinan bahwa jasa yang mudah rusak akan dipertahankan persediaannya. Hal ini mengindikasikan bahwa jasa tidak dikembalikan ke tempat pelan

e. Bervariasi

Jasa pelayanan sangat berbeda disebabkan oleh kepada mereka yang menawarkannya, kapan ditawarkan, serta tempat ditawarkan.

Adapun salah satu type perusahaan jasa yang berkembang dengan cepat:

- a. Industri jasa: perbankan, keuangan, konsultasi;
- b. Ritel
- c. Layanan infrastruktur: transportasi, komunikasi;
- d. Layanan sosial dan pribadi: tempat makan, perawatan medis
- e. Administrasi publik: pemerintah, pendidikan.

2.1.2 Kepuasan

Kepuasan pelanggan, sesuai dengan (Fadillah et al., 2020), merupakan gagasan bahwa produsen dan penyedia layanan telah memberikan kontribusi nilai bagi pelanggan mereka. Sejauh mana konsumen puas dengan Kepuasan adalah hasil yang dirasakan jika dibandingkan dengan harapan yang telah ada. Ketika harapan pelanggan terpenuhi atau terlampaui oleh layanan yang mereka dapatkan, mereka merasa puas; jika tidak, mereka tidak puas.

Karena kata “kepuasan” berasal dari bahasa Yunani “statis” yang berarti “cukup” dan “facio” yang berarti “membuat”, maka kata ini mengindikasikan bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan dan harapan yang diberikan oleh produsen. Ada tiga tingkat kepuasan pelanggan yang mungkin terjadi. Ketika kinerja tidak sesuai dengan harapan, pelanggan tidak senang; ketika kinerja memenuhi harapan, mereka senang; dan ketika kinerja melampaui harapan, mereka sangat senang.

Seseorang akan merasa puas atau tidak puas dengan suatu produk ketika mereka membandingkan kinerja yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Jika kinerja tidak sesuai dengan harapan, pelanggan tidak akan puas. Pelanggan akan puas dengan kinerja jika sesuai dengan harapan. Klien akan senang jika kinerja memenuhi atau melampaui harapan.

Setelah membandingkan kinerja yang dirasakan, kondisi emosional seseorang (atau hasil) dengan harapan dikenal sebagai kepuasan. Dengan kata lain, kepuasan ditentukan oleh tingkat kepuasan dan perbedaan antara kinerja aktual dan harapan.

Ada tiga tingkat kepuasan pelamar secara keseluruhan yang dapat dibedakan:

Tingkat pertama : Memenuhi tuntutan pelamar.

Tingkat Kedua : Memenuhi harapan peserta ujian dan mendorong mereka untuk mengikuti ujian ulang.

Tingkat Ketiga : Melampaui apa yang diharapkan oleh klien..

Secara umum, ketika klien merasa puas dengan penyedia layanan. Kepuasan

berasal dari perbedaan antara output dan performa. diamati serta harapan karena salah satunya adalah klien yang setia yang akan merekomendasikan kepada teman-temannya, yang juga dikenal sebagai semacam hubungan masyarakat yang baik.

2.1.3 Importance Performance Analisis (IPA)

Teknik penelitian ini yaitu Analisis kuadran, sebagaimana yang sering disebut, menilai korelasi di antara prioritas untuk meningkatkan kualitas produk dan persepsi klien dan layanan (Wijayanti, 2020). Karena kesederhanaan penggunaannya dan kemampuannya untuk memberikan temuan analitik yang membuat rekomendasi peningkatan kinerja lebih mudah dipahami, IPA telah diterima secara luas dan diterapkan di berbagai domain studi (Lusianti Dina, 2017). Menampilkan informasi berbasis konsumen, seperti komponen layanan yang secara signifikan memengaruhi kebahagiaan dan loyalitas pelanggan serta komponen yang dianggap kurang oleh pelanggan, merupakan tujuan utama IPA dan perlu ditingkatkan. IPA merupakan alat analisis yang menjelaskan kinerja berdasarkan ekspektasi konsumen. Variabel dalam penelitian ini yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ada dua, yaitu tingkat aktivitas petugas kesehatan (dilambangkan X) dan lama waktu tunggu (dilambangkan Y). adapun rumus yang dipergunakan yaitu:

$$Tk = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Rumus 2.1 IPA

Keterangan:

Tk = kesesuaian antar variabel

X = Jumlah skor kinerja

Y = Jumlah skor konsumen

Berdasarkan (Wibowo & Ardhi, 2018), dalam analisis ini, semua variabel yang mempengaruhi kualitas layanan ditempatkan pada empat kuadran. Sumbu horizontal (X) mewakili evaluasi tingkat penerapan manajemen kinerja, dan sumbu vertikal (Y) mewakili tingkat kepentingan. Sederhanakan persamaannya, maka aspek-aspek dimana dapat berdampak pada rasa puas pelayanan yaitu:

$$X = \frac{\sum Xi}{n}$$

Rumus 2.2 Skor rerata tingkat kinerja

$$Y = \frac{\sum Yi}{n}$$

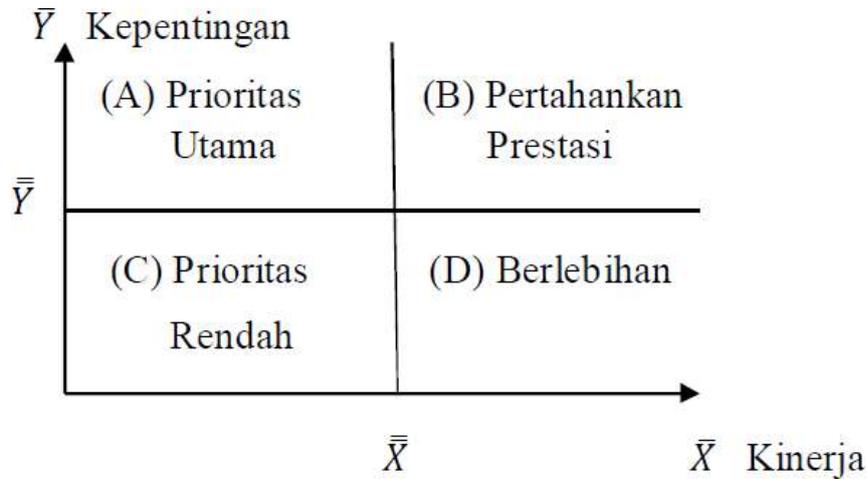
Rumus 2.3 Skor rerata tingkat kepentingan

Keterangan:

X = Skor rerata tingkat kinerja

Y = Skor rerata tingkat kepentingan

n = seluruh responden



Gambar 2.1 IPA

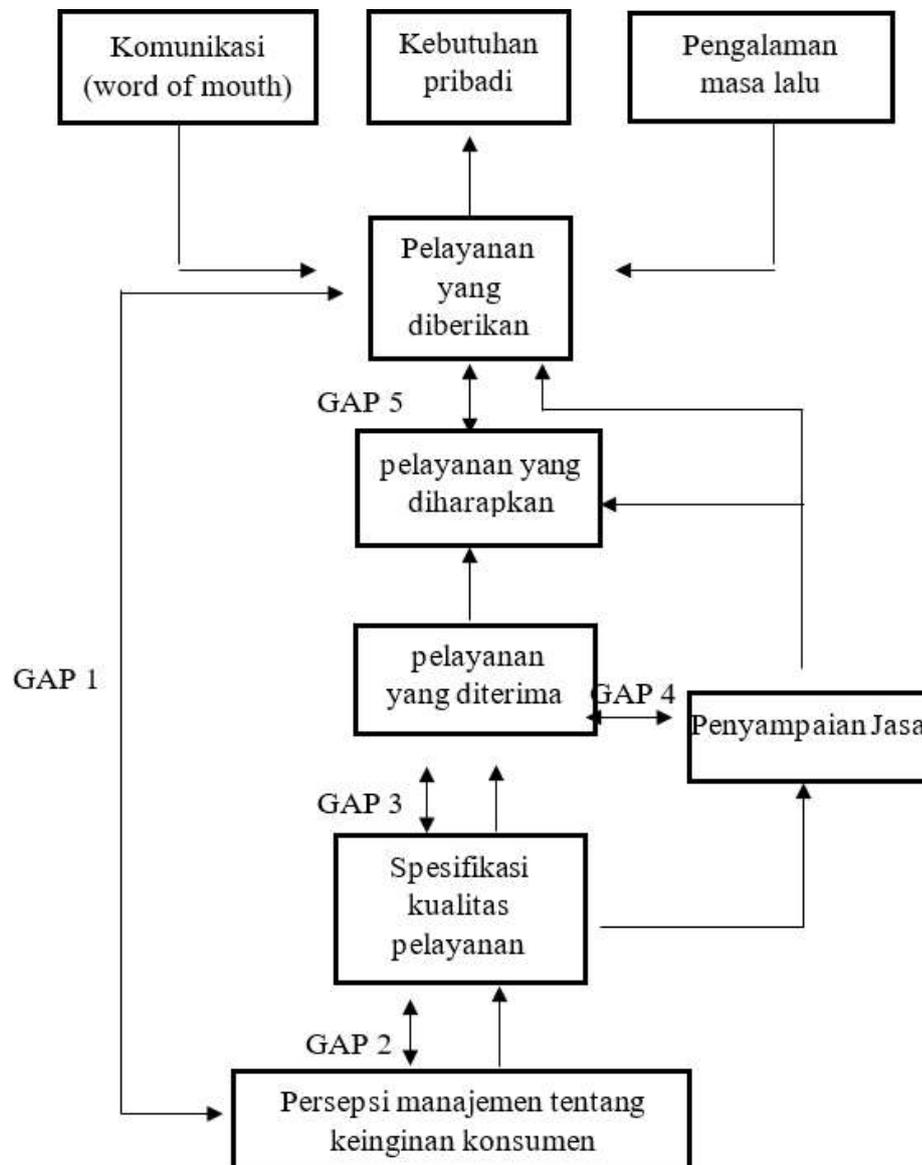
keterangan:

- a. Kuadran I (Prioritas) memperlihatkan hal-hal yang berpengaruh pada prespektif klien, mencakup item-item layanan yang prioritas oleh klien, tetapi manajemen tidak memenuhinya sesuai dengan keinginan klien tidak terpenuhi.
- b. Kuadran II (retensi kinerja) menunjukkan atribut dasar telah sukses dilaksanakan oleh perusahaan serta wajib dipertahankan. Karena kuadran ini pelanggan menjadi loyal sehingga kuadran ini tidak dapat digantikan.
- c. Kuadran III (prioritas rendah) memperlihatkan beberapa atribut yang tidak cukup klien perhatikan serta kurang memuaskan klien.
- d. Kuadran IV (berlebihan) memperlihatkan adanya distribusi sumber daya terhadap atribut yang pelanggan kurang sukai dan pelanggan tidak terpuaskan.

2.1.4 Model *Service Quality* (Servqual)

Yakni berfokus pada klien yang terpuaskan serta mengutamakan pada pendekatan non-sertifikasi. Setelah itu, kebahagiaan klien dan kualitas layanan akan meningkat, begitu pula sebaliknya. Menurut model layanan, evaluasi total atau sikap terhadap keunggulan suatu layanan disebut sebagai kualitas layanan. Ada tiga dasar konseptual utama yang mendasari definisi ini:

1. Pelanggan melihat kualitas layanan sebagai sesuatu yang lebih menantang daripada kualitas barang fisik.
2. Pengalaman klien dengan kualitas layanan adalah nyata.
3. Selain mengevaluasi hasil layanan, penilaian kualitas juga menilai seberapa baik layanan disampaikan.



Gambar 2.2 Model konseptual Servqual

Gambar 2.2 memperlihatkan type servqual mencakup analisa lima kerentanan dalam memengaruhi pelayanan kualitas. Gap no 1 ialah ekspektasi klien serta cara pandang organisasi terhadap ekspektasi klien, karena perusahaan sepenuhnya tidak selalu memahami ekspektasi klien. Gap kedua ialah beda persepsi organisasi terhadap ekspektasi pelanggan serta pelayanan yang diterima. Di beberapa kondisi, organisasi tahu persis apa yang diinginkan pelanggan, namun standar tidak jelas

tidak ada. Halnya disebabkan atau dikarenakan kurangnya resource yang dimiliki produsen dan demand yang tinggi.

Gap no 3 terjadi dalam bentuk perbedaan antara spesifikasi pemberian layanan serta layanan yang diterima, dapat diakibatkan oleh beberapa hal, termasuk staff yang kurang terampil pada tugas mereka sehingga staff kurang mampu memenuhi standar kinerja, atau bahkan staff yang enggan mengacu pada aturan kinerja yang ditentukan. Lainnya juga staff kadang kala menghadapi aturan saling berbenturan, contohnya staff dituntut meluangkan waktu untuk mendengarkan klien yang sedang berkonsultasi namun di sisi lain memberikan kecepatan dalam pelayanan. Gap no 4 ialah beda antara penyampaian pelayanan dengan komunikasi yang dilakukan eksternal. Seringkali keinginan klien sama dengan janji pada iklan yang disampaikan oleh organisasi. Gap ke 5 ialah beda prespektif terhadap pelayanan yang diterima dan yang pelanggan harapkan. Kesenjangan ini ada karena klien yang mengukur antara ekspektasi dengan yang mereka terima dengan subjektif sehingga mereka mungkin memiliki persepsi yang salah tentang kualitas jasa pelayanan.

Landasan dari model servqual adalah asumsi bahwa pelanggan mengevaluasi seberapa baik layanan beroperasi dalam kaitannya dengan kriteria ideal atau tanpa cela untuk setiap aspek tersebut. Pendapat kualitas layanan total meningkat ketika sifat-sifat tertentu melampaui norma dan sebaliknya. Menurut Ishak dkk. (2019), pendekatan ini meneliti perbedaan antara layanan yang dirasakan atau diantisipasi dan harapan yang diharapkan.

Lima kriteria digunakan untuk menilai kualitas layanan yang diberikan:

jaminan, daya tanggap, berwujud, empati, dan ketergantungan. Kuesioner adalah alat yang digunakan dalam investigasi ini. Informasi yang dikumpulkan dibagi menjadi dua kategori: Dengan menggunakan kuesioner, data kualitatif berskala dan data kuantitatif dikumpulkan. Dengan menggunakan skala Likert sebagai skala pengukuran, memungkinkan pengumpulan data yang dapat diukur dan sesuai untuk analisis statistik. Tingkat Kesesuaian (TKi) antara kinerja dan harapan rata-rata setiap atribut, serta kinerja dan harapan rata-rata seluruh konsumen adalah beberapa teknik analisis data yang melibatkan pengujian validitas dan reliabilitas data. Setelah itu, grafik Kartesius empat kuadran dengan masing-masing atribut ditampilkan. Sifat-sifat di kuadran I-ketenangan pikiran dan personil yang dapat dipercaya yang memenuhi janji-janji mereka, terutama dalam hal penyelesaian masalah-perlu diprioritaskan untuk dikembangkan, sesuai dengan temuan studi. 95,21% parameter kualitas layanan sejalan dengan kepuasan pelanggan (Siyamto Yudi, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana fasilitas dan tingkat layanan Hotel Yuta di Kota Manado mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengunjung yang menginap merupakan populasi. Ada 100 responden dalam sampel penelitian. Metodologi penelitian asosiatif yang dikombinasikan dengan metode analisis regresi berganda. Temuan menunjukkan bahwa kebahagiaan pelanggan dipengaruhi oleh fasilitas dan kualitas layanan. Untuk menarik bisnis yang berulang, manajemen Yuta Hotel dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menawarkan fasilitas dengan harga yang terjangkau dan berfokus pada peningkatan kualitas layanan (Moha et al., 2016).

Antara 4% dan 7% dari 9000-9500 pengiriman memiliki masalah. Penelitian menggunakan analisis IPA untuk menilai kualitas layanan dan mengidentifikasi layanan mana yang harus diprioritaskan. Tiga kualitas yang menjadi masalah, menurut temuan penulis: perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan, yang memiliki nilai kesenjangan atribut negatif.

Berdasarkan kelima dimensi mutu jasa layanan, XYZ memiliki besaran persepsi senilai 4,50, angka harapan sebesar 3,91, dan nilai kesenjangan positif senilai 0,59. Dari nilai-nilai tersebut, pelayanan yang diberikan dianggap berkualitas optimal karena nilai yang dirasakan melebihi nilai yang diharapkan.

Karakteristik pelayanan yang dapat disarankan sebagai prioritas perbaikan antara lain tersedianya brosur spesifikasi pelayanan, staf selalu merespon dengan cepat, akurat dan bijaksana ketika timbul masalah, dan memastikan produk tidak rusak saat sampai di konsumen (Muhammad Jazuli et al., 2020).

Tujuan Dalam rangka meningkatkan kesehatan masyarakat, penelitian ini bertujuan untuk membantu inisiatif pemerintah di sektor kesehatan dan meningkatkan standar perawatan yang diberikan oleh Medene Regional Medical Centre.

Penelitian ini dimulai dengan melakukan wawancara dengan tiga puluh pasien untuk mendapatkan wawasan tentang kualitas layanan yang diberikan di Medene Regional Medical Centre. Untuk mengevaluasi kualitas layanan kemudian membuat dan mengirimkan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini untuk 100 pasien. Lima dimensi layanan - objektivitas, ketergantungan, empati, keamanan, dan daya tanggap - menjadi dasar dari kualitas layanan ini

sesuai dengan Metodologi Kualitas Layanan (SERVQUAL). Setelah penyebaran kuesioner SERVQUAL, tahap selanjutnya adalah pengolahan dan analisis data. Kualitas layanan Puskesmas Meden dinilai berdasarkan kepuasan pasien dengan menghitung skor kesenjangan. Untuk mengetahui karakteristik mana yang berkontribusi paling besar dan paling kecil terhadap kualitas layanan dalam dimensi tertentu, perhitungan kesenjangan ini juga diperlukan (Ekasari et al., 2017).

Teknik pengukuran tingkat kepuasan digunakan dalam pengkajian agar menilai prioritas kepentingan client serta untuk menghitung dan menganalisis tingkat kepuasan terhadap masing-masing karakteristik dengan menggunakan metode indeks kepuasan pelanggan. Keandalan, daya tanggap, empati, jaminan, dan bukti nyata merupakan lima dimensi SERVQUAL yang digunakan. Optik “Jakarta” Pekanbaru merupakan produk yang digunakan oleh 108 responden dalam survei ini. Analisis Variasi (ANOVA) digunakan untuk menganalisis data dengan bantuan SPSS. Menurut penelitian Chandra dan Novia (2019), skor Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 83,68%, yang tidak sama di antara 0,80 dan 1,00, memperlihatkan ukuran kepuasan konsumen yang tinggi. Dengan angka ini, kategori ini dilabeli sebagai “Sangat Puas.”

Dengan menggunakan teknik Service Quality (Servqual) serta Importance Performance Analysis (IPA) dalam pengukuran tingkat kepuasan serta kualitas layanan yang disediakan, PT Krakatau Steel (Persero) Tbk mampu meningkatkan kualitas layanan demi kepuasan mitra bisnisnya. Berdasarkan hasil temuan, dapat disimpulkan bahwa PT Media Purna Engineering menawarkan kualitas layanan

yang secara umum dapat diterima. Namun, dari 25 kriteria yang ada, ada satu kriteria yang perlu dikembangkan atau ditingkatkan, yaitu kecepatan perusahaan dalam memberikan solusi. Menurut Winarno dan Absor (2017), ada beberapa saran untuk perbaikan, seperti membuat program pelatihan, menugaskan karyawan baru, melatih dan memonitor mereka, dan memberikan informasi tentang tantangan kepada pemimpin atau supervisor lebih cepat sehingga mereka dapat menyelesaikannya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

1	Peneliti, tahun	Ishak et al., 2019
	Judul Penelitian	kemudian menghasilkan Analisis Kinerja Penting: Studi Kasus untuk Analisis Indeks Kepuasan Karyawan dalam Pengelolaan Fasilitas Gedung
	Metode Penelitian	IPA
	Hasil Penelitian	Setelah dipastikan daftar pemenuhan yang representatif, catatan pemenuhan pekerja gedung perkantoran pengurus diperoleh sebesar 70,31%. Nilai ini berada pada kelas terpenuhi mengingat standar evaluasi daftar pemenuhan. Kemudian hasil estimasi dipecah menggunakan investigasi eksekusi Signifikansi. Berdasarkan pengujian ini diperoleh 8 SKS Pekerjaan Pembangunan Dewan yang berada pada kuadran A (perhatian pertama) sehingga menjadi kebutuhan pokok organisasi untuk melakukan langkah restoratif.
2	Peneliti,	Wahyuniardi et al., 2018

	tahun	
	Judul Penelitian	Evaluasi Kepuasan Klien Bauran Pemasaran Dengan Menggabungkan Model Kano dengan Importance Performance Analysis (Studi Kasus: L'societe Dine and Bar Bandung),
	Metode Penelitian	IPA
	Hasil Penelitian	Temuan pemeriksaan menunjukkan bahwa ada beberapa penghargaan dari bauran promosi L'society yang harus ditingkatkan ke tingkat berikutnya. Pada sifat biaya, L'society harus mengaudit biaya barang. Penelitian ini dibantu melalui pemeriksaan tambahan dalam hal penilaian barang dengan membedah biaya barang dengan melihat biaya barang pesaing atau meningkatkan biaya pembuatan. Untuk waktu yang terbatas, L'societe dapat menyimpan musik yang tidak direkam secara terus menerus. Selanjutnya, paket dengan limit menarik dapat diajukan untuk klien, acara kumpul-kumpul atau keluarga.
3.	Peneliti serta tahunnya	Tri Amanda et al., 2021
	Judul Penelitian	Pendekatan Kepuasan Klien Melalui Kualitas Pelayanan Studi Kinerja Tingkat Kepentingan pada PT PLN (Persero) Area Meulaboh dengan Menggunakan Metode Indeks Kepuasan Pelanggan
	Metode Penelitian	IPA dan CSI
	Hasil Penelitian	Berdasarkan hasil perhitungan tingkat pemenuhan kepentingan pelanggan, pada grafik kartesius terlihat ada 6 atribut yang harus segera dikoreksi yaitu (P6) kebenaran

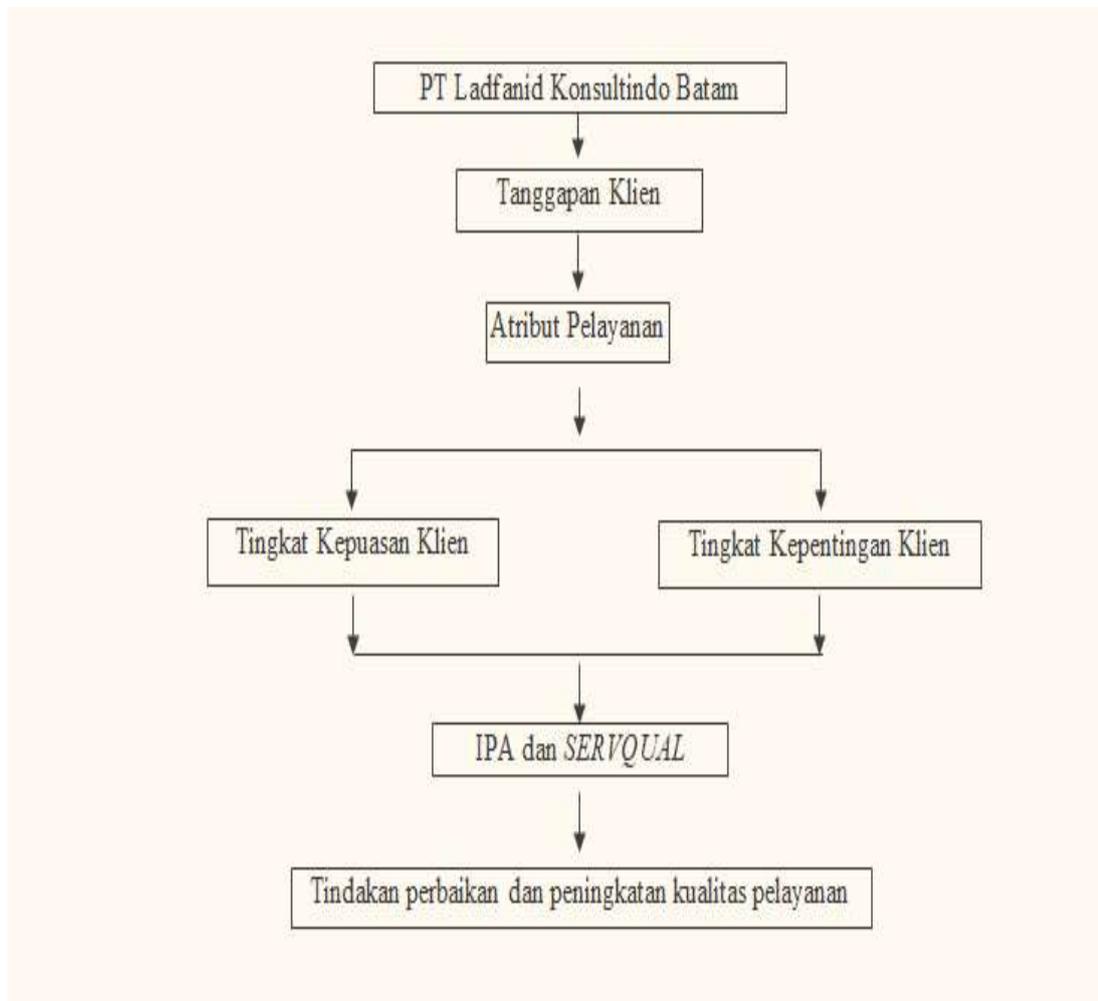
		setiap pencatatan karena alat pembaca meter. , (P10) Status kWh meter (putaran angka) menurut konsumsi, (P11) tingkat respons terhadap permintaan layanan untuk asupan torsi baru atau perubahan daya, (P13) kurangnya kecepatan dalam prosedur pemasangan sambungan baru atau untuk perubahan sederhana catu daya, (P16) mobilitas pemrosesan pembayaran dana lokal dan (P2) kompensasi pelanggan untuk kesalahan dealer.
4.	Peneliti serta tahunnya	Wilujeng & Rembulan, 2019
	Judul Penelitian	Pembuatan Model Puskesmas untuk Kualitas Pelayanan dengan Memanfaatkan teknik (QFD) dan (IPA)
	Metode Penelitian	IPA
	Hasil kajian	Memperluas reaksi terhadap keberatan klien merupakan perhatian utama yang harus dilakukan oleh tempat kesejahteraan untuk meningkatkan kepuasan klien. Reaksi khusus dengan permintaan kebutuhan yang paling tinggi adalah fakultas klinis harus memberikan tanggapan yang jelas mengenai pengobatan yang sedang dijalani klien, dan spesialis di fokus kesehatan lokal harus lebih berhati-hati dalam mengawasi pengobatan yang sesuai dengan penyakit klien.
5.	Peneliti serta tahunnya	Siyamto Yudi, 2017
	Judul Penelitian	Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode <i>Importance performance analysis</i> dan <i>Customer Satisfaction Index (Csi)</i> Terhadap Kepuasan Nasabah

	Metode Penelitian	IPA dan CSI
	Hasil Penelitian	Kualitas Layanan Bank Evaluasi kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan situs web jurnal mahasiswa Universitas Brawijaya dan situs web portal jurnal dilakukan melalui penggunaan metode importance performance analysis dan Customer Satisfaction Index (Csi). Memanfaatkan Teknik Webqual 4.0 dan IPA (Importance Performance Analysis)
6.	Peneliti serta tahunnya	Dwi Ariska et al., 2018
	Judul Penelitian	Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality Digunakan untuk Menganalisis Website E-Commerce Mengevaluasi Website E-Commerce Menggunakan
	Metode Penelitian	IPA
	Hasil Penelitian	Informasi yang diperoleh dari hasil jajak pendapat yang dilakukan oleh 100 responden diperiksa menggunakan antarmuka Pemrograman. Mengingat pemeriksaan kuadran IPA pada situs <i>Diary Gateway</i> perlu adanya penyempurnaan khususnya penjelasan pada kuadran I (Perhatian Pertama) dan kuadran III (Kebutuhan Rendah), khususnya U3, U4, SIQ21 dan U5, U6, U7, SIQ17, SIQ18, SIQ19, SIQ20, apabila diubah di situs <i>Understudy Diary</i> , khususnya kalimat pada kuadran I (Tingkat Kebutuhan) dan pada kuadran III (Kebutuhan Rendah), khususnya U3, U4, IQ12, SIQ19 dan U5, U7, U8, IQ13, SIQ16, SIQ17, SIQ18, SIQ20, SIQ21.
7.	Peneliti serta	Andry et al., 2019

	tahunnya	
	Judul Penelitian	Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis
	Metode Penelitian	IPA
	Hasil Penelitian	Bisnis online atau <i>e-commerce</i> adalah hasil penggunaan inovasi data yang memungkinkan pertukaran antara pembuat dan pembeli melalui web. Pertukaran data elektronik adalah pertukaran yang dilakukan melalui jaringan web untuk pengaturan administrasi bisnis, pembelian dan penawaran produk, administrasi dan data antar pihak yang mengatur. Asosiasi dengan tujuan pertukaran yang sulit untuk dimanfaatkan dan dieksplorasi membuat gambaran negatif di web dan melemahkan situasi asosiasi. Meningkatkan keandalan pembeli tanpa henti. Laporan moneter suatu organisasi telah menjadi isu penting.
8.	Peneliti serta tahunnya	Anindya & Iva Mindhayani, 2021.
	Judul Penelitian	Analisis penilaian kepuasan pelanggan PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. d terhadap layanan dan pengiriman kuesioner penelitian kepada
	Metode Penelitian	CSI dan SERVQUAL
	Hasil Penelitian	Hasil pemeriksaan menunjukkan tingkat pemenuhan klien <i>De Clothing</i> yang menggunakan strategi <i>Customer Loyalty Record</i> sebesar 80% yang menunjukkan klien puas dengan pelayanan yang diberikan. Konsekuensi dari strategi kualitas bantuan menunjukkan bahwa karakteristik aspek konfirmasi berdampak pada pemenuhan klien dengan kualitas bantuan

		(Q) bernilai 1,0, dan melalui efek samping dari garis kartesius diperoleh kredit bantuan yang harus ditingkatkan atau merupakan hal mendasar, perlunya pengembangan untuk lebih mengembangkan mutu administrasi adalah sifat-sifat yang berada pada kuadran A.
9	Peneliti serta tahunnya	Patinong & Sumatika, 2022
	Judul Penelitian	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk
	Metode Penelitian	IPA, CSI, <i>SERVQUAL</i>
	Hasil Penelitian	Hasilnya digunakan sebagai informasi untuk keperluan investigasi eksekusi (IPA) dan diketahui estimasi CSI memang menunjukkan skor loyalitas konsumen sebesar 95,2%. Skor ini berkisar antara 81% hingga 100 persen dan berarti pembeli secara umum “sangat puas” dengan bantuan berkelanjutan mereka. Anda juga dapat melihat bahwa ada satu kebutuhan sifat dalam pandangan harga. Hal pertama yang harus ditingkatkan adalah : area penyimpanan tersedia dengan baik dengan nilai - 0,35.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran