

EVALUASI KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) DI CLAVIA KOFFIE EN CHILLEN PURWAKARTA

Moh. Haidar Dzaky¹, Haris Sandi Yudha², Agung Widarman³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana, Purwakarta, Indonesia

Email: theonlydarrrrr@gmail.com

Abstrak

Persaingan usaha *coffee shop* yang semakin ketat menuntut Clavia Koffie en Chillen Purwakarta untuk menjaga kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga, sementara evaluasi pelayanan secara sistematis belum pernah dilakukan pada objek tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan serta menentukan atribut prioritas perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan di Clavia Koffie en Chillen Purwakarta menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan sampel sebanyak 101 pelanggan yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling*, dengan lima dimensi *SERVQUAL* yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sebagai variabel kualitas pelayanan. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert 1-5 yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian diolah menggunakan SPSS 25 untuk menghitung nilai gap *SERVQUAL* dan dipetakan ke dalam diagram kartesius IPA. Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata persepsi sebesar 4,08 dan harapan sebesar 4,03 dengan gap keseluruhan positif sebesar 0,05, namun masih terdapat variasi pada tingkat atribut. Dimensi Jaminan dan Keandalan memperoleh tingkat kesesuaian di atas satu, sedangkan dimensi Empati menjadi dimensi dengan kinerja relatif paling rendah dibanding harapan pelanggan. Hasil pemetaan IPA mengidentifikasi tiga atribut pada Kuadran I (prioritas utama), yaitu ketepatan waktu penyajian pesanan, pengetahuan karyawan tentang produk, dan kemampuan karyawan menjelaskan menu, yang perlu segera diperbaiki. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Clavia Koffie en Chillen secara umum telah cukup baik, tetapi perbaikan pada atribut-atribut Kuadran I diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *SERVQUAL*, *Importance Performance Analysis*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Abstract

The increasingly tight competition among coffee shops requires Clavia Koffie en Chillen Purwakarta to maintain its service quality in order to sustain customer satisfaction, while a systematic service evaluation had never been conducted at this object. This study aims to evaluate service quality and determine the priority attributes for improvement to increase customer satisfaction at Clavia Koffie en Chillen Purwakarta using the SERVQUAL and Importance Performance Analysis (IPA) methods. This research used a descriptive quantitative approach with a sample of 101 customers obtained through purposive sampling, covering five SERVQUAL dimensions, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy as the service quality variables. Primary data were collected through a 1-5 Likert scale questionnaire that had been tested for validity and reliability, then processed using SPSS

25 to calculate the SERVQUAL gap values and mapped into an IPA cartesian diagram. The results show an average perception value of 4.08 and an expectation value of 4.03, with an overall positive gap of 0.05, although variation still exists at the attribute level. The Assurance and Reliability dimensions obtained a conformity level above one, while the Empathy dimension showed the relatively lowest performance compared to customer expectations. The IPA mapping identified three attributes in Quadrant I (main priority), namely order delivery punctuality, staff product knowledge, and staff ability to explain the menu, which require immediate improvement. It can be concluded that the service quality of Clavia Koffie en Chillen is generally quite good, but improvement of the Quadrant I attributes is needed to sustainably increase customer satisfaction.

Keyword: SERVQUAL, Importance Performance Analysis, Service Quality, Customer Satisfaction.

A. PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri kuliner di Indonesia, khususnya pada sektor coffee shop, menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perubahan pola konsumsi masyarakat menjadikan kafe tidak hanya sebagai tempat makan dan minum, tetapi juga sebagai ruang untuk bekerja dan berinteraksi sosial, sehingga persaingan antar pelaku usaha semakin meningkat dan menuntut keunggulan kompetitif, terutama pada aspek kualitas pelayanan yang berpengaruh langsung terhadap pengalaman dan persepsi pelanggan (Yudha, Ginting, & Istiqomah, 2024).

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan, karena kepuasan mencerminkan tingkat kesesuaian antara harapan dengan pelayanan yang diterima. Apabila pelayanan tidak sesuai harapan, akan timbul kesenjangan yang berpotensi menurunkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, dan hal ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang (Slamet & Sulistiyowati, 2022). Namun pada kenyataannya, masih banyak pelaku usaha coffee shop yang belum melakukan evaluasi kualitas pelayanan secara sistematis, sehingga sulit mengidentifikasi atribut pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan secara terukur. Pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA) dapat digunakan untuk memetakan atribut pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja, sehingga membantu perusahaan menetapkan prioritas perbaikan secara tepat (Indrayana, Kusuma, & Jono, 2022).

Clavia Koffie en Chillen sebagai salah satu coffee shop di Purwakarta berada pada kondisi persaingan yang cukup tinggi. Hasil observasi awal menunjukkan masih ditemukan kondisi yang perlu mendapat perhatian, seperti waktu penyajian pesanan yang belum selalu konsisten pada jam ramai, respons karyawan yang terkadang belum optimal, serta beberapa fasilitas yang masih perlu ditingkatkan untuk menunjang kenyamanan pelanggan. Kondisi tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan, sehingga diperlukan evaluasi kualitas pelayanan secara menyeluruh.

Metode *SERVQUAL* merupakan salah satu metode yang umum digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui lima dimensi utama, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, dan hasilnya dapat menunjukkan atribut pelayanan yang memiliki nilai kesenjangan serta memerlukan perbaikan (Gunawan, Irman, Galih, Barleany, & Khatili, 2024). Penggabungan *SERVQUAL* dengan IPA memungkinkan perusahaan memperoleh hasil analisis yang lebih komprehensif, karena tidak hanya mengidentifikasi masalah tetapi juga menentukan prioritas penanganannya. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan pada Clavia Koffie en Chillen menggunakan metode *SERVQUAL* dan IPA, dengan tujuan mengidentifikasi

kesenjangan pelayanan serta menentukan prioritas perbaikan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Beberapa penelitian terdahulu telah menerapkan integrasi *SERVQUAL* dan IPA pada berbagai sektor jasa, antara lain jasa pengiriman (Saputra, Fathurohman, & Sasmi, 2025), ritel modern (Sulistyo, Rafauzi, & Wijaya, 2022), layanan perpustakaan (Rifandi, Suriadi, Ayu, & Dewi, 2024), dan jasa logistik (Suryanto, Salahudin, Kuncoro, & Putri, 2024). Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya berfokus pada sektor logistik, ritel, dan layanan publik, serta belum banyak mengkaji kualitas pelayanan pada industri kafe yang memiliki karakteristik layanan berbasis pengalaman pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki posisi yang jelas dalam mengisi gap penelitian dengan mengkaji kualitas pelayanan pada Clavia Koffie en Chillen Purwakarta menggunakan pendekatan integratif *SERVQUAL* dan IPA.

B. METODE

Penelitian dilaksanakan di Clavia Koffie en Chillen yang beralamat di Jl. K.K. Singawinata No. 1, Kelurahan Nagri Tengah, Kecamatan Purwakarta, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat, selama kurang lebih 2-3 bulan meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan laporan. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diukur melalui lima dimensi *SERVQUAL*, yaitu *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati), sedangkan variabel dependen (Y) adalah kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan mengukur tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan secara terstruktur melalui data numerik yang diperoleh dari responden. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Clavia Koffie en Chillen Purwakarta, yang bersifat tidak terbatas (*infinite population*). Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, dengan kriteria responden pernah berkunjung dan menggunakan layanan minimal satu kali. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel sebanyak 101 responden.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert 5 tingkat (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju), yang terdiri atas penilaian persepsi (kinerja aktual) dan harapan (kepentingan) pelanggan pada setiap atribut pelayanan. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan observasi langsung, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, dan buku referensi terkait. Data yang terkumpul kemudian diolah melalui tahap editing, coding, dan tabulasi, lalu diproses menggunakan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 25. Uji validitas dilakukan dengan metode Pearson Product Moment (item dinyatakan valid apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel} = 0,195$ pada $n = 101$, $\alpha = 0,05$), sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha (instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Alpha $> 0,60$).

Analisis kualitas pelayanan dilakukan menggunakan metode *SERVQUAL* dengan menghitung nilai kesenjangan (gap) antara persepsi (P) dan harapan (H) pelanggan pada setiap atribut pelayanan, menggunakan persamaan:

$$\text{GAP} = P - H$$

Nilai gap positif ($P > H$) menunjukkan kinerja pelayanan telah melebihi harapan pelanggan, nilai gap nol ($P = H$) menunjukkan kesesuaian, sedangkan nilai gap negatif ($P < H$) menunjukkan pelayanan belum memenuhi harapan sehingga memerlukan perbaikan. Selanjutnya, hasil pengukuran *SERVQUAL* dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk memetakan setiap atribut pelayanan ke dalam diagram kartesius berdasarkan sumbu tingkat kinerja (X) dan tingkat kepentingan (Y), dengan titik potong berupa nilai rata-rata keseluruhan kinerja dan kepentingan. Diagram kartesius IPA

terbagi menjadi empat kuadran, yaitu Kuadran I (*Concentrate Here*/prioritas utama), Kuadran II (*Keep Up the Good Work*/pertahankan prestasi), Kuadran III (*Low Priority*/prioritas rendah), dan Kuadran IV (*Possible Overkill*/berlebihan) (Martilla & James, 1977 dalam Sakinah, Achmadi, & Septiari, 2024).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian diperoleh dari 101 responden pelanggan Clavia Koffie en Chillen Purwakarta melalui penyebaran kuesioner. Hasil uji validitas menggunakan Pearson Product Moment menunjukkan bahwa seluruh 15 item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai r hitung antara 0,203-0,434, dan seluruh 15 item pada variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai r hitung antara 0,197-0,378, yang keduanya berada di atas nilai r tabel sebesar 0,195, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item
Kualitas Pelayanan (X)	0,781	15
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,643	15

Berdasarkan Tabel 1, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,781 dan variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,643, keduanya berada di atas ambang 0,60 sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk tahap analisis *SERVQUAL* dan IPA. Perhitungan nilai gap dilakukan dengan mengurangi nilai rata-rata persepsi terhadap nilai rata-rata harapan pelanggan pada setiap dimensi. Rekapitulasi hasil pengukuran gap per dimensi disajikan pada Tabel 2.

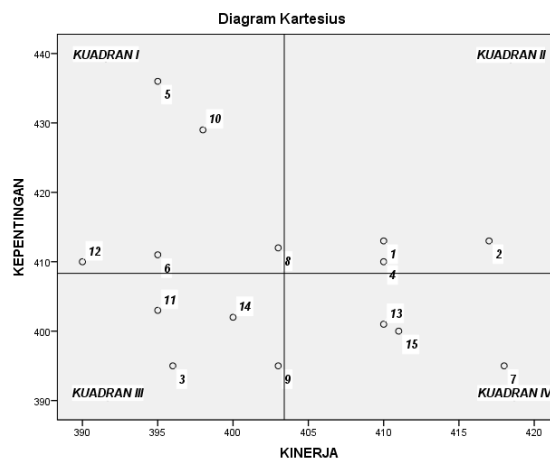
Perhitungan nilai gap dilakukan dengan mengurangi nilai rata-rata persepsi terhadap nilai rata-rata harapan pelanggan pada setiap dimensi. Rekapitulasi hasil pengukuran gap per dimensi disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai Gap SERVQUAL per Dimensi

Dimensi	Persepsi (P)	Harapan (H)	Gap (P-H)
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	4,07	4,08	-0,01
Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,19	4,00	0,19
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,01	4,08	-0,07
Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,14	3,94	0,19
Empati (<i>Empathy</i>)	4,01	4,07	-0,06

Berdasarkan Tabel 2, dimensi Keandalan dan Jaminan memiliki nilai gap positif tertinggi sebesar 0,19, yang menunjukkan bahwa kinerja pelayanan pada kedua dimensi tersebut telah melampaui harapan pelanggan, khususnya pada atribut ketepatan waktu penyajian pesanan (gap = 0,41) dan pengetahuan karyawan tentang produk (gap = 0,31). Sebaliknya, dimensi Daya Tanggap memperoleh nilai gap negatif terbesar (-0,07), terutama pada atribut kecepatan respons karyawan ketika pelanggan membutuhkan bantuan (gap = -0,23), yang mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan dan kinerja aktual pada aspek tersebut. Secara keseluruhan, nilai rata-rata gap seluruh dimensi adalah positif (0,05), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Clavia Koffie en Chillen secara umum sudah cukup baik, meskipun masih terdapat variasi pada tingkat atribut yang perlu menjadi perhatian manajemen.

Analisis IPA dilakukan dengan memetakan nilai rata-rata persepsi (sumbu X) dan harapan (sumbu Y) setiap atribut pelayanan terhadap nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,08 (kinerja) dan 4,03 (kepentingan) sebagai titik potong kuadran. Hasil pemetaan disajikan pada Gambar 1 dan diringkas pada Tabel 3.



Gambar 1. Diagram Kartesius

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2026)

Tabel 3. Pemetaan Atribut pada Diagram Kartesius IPA

Kuadran	Jumlah Atribut	Contoh Atribut
Kuadran I (Prioritas Utama)	3	Pelayanan tepat waktu sesuai janji; pengetahuan karyawan tentang produk/menu; kemampuan karyawan menjelaskan menu
Kuadran II (Pertahankan Prestasi)	3	Kebersihan & kerapian kafe; penampilan karyawan; kesesuaian pesanan yang diterima
Kuadran III (Prioritas Rendah)	6	Fasilitas & peralatan kafe; kesigapan karyawan; kesediaan membantu; keramahan; pemahaman kebutuhan pelanggan
Kuadran IV (Berlebihan)	3	Kecepatan respons karyawan; perhatian karyawan; kepedulian karyawan

Berdasarkan Tabel 3, tiga atribut berada pada Kuadran I (prioritas utama), yaitu ketepatan waktu penyajian pesanan sesuai yang dijanjikan, pengetahuan karyawan tentang produk/menu, dan kemampuan karyawan menjelaskan menu dengan jelas. Ketiga atribut ini dinilai penting oleh pelanggan namun kinerjanya belum sepenuhnya memenuhi harapan, sehingga perlu menjadi fokus utama perbaikan Clavia Koffie en Chillen. Tiga atribut berada pada Kuadran II (pertahankan prestasi), yaitu kebersihan dan kerapian kafe, penampilan karyawan, serta kesesuaian pesanan yang diterima dengan yang dipesan; atribut-atribut ini telah memenuhi harapan pelanggan sehingga konsistensinya perlu dijaga. Enam atribut berada pada Kuadran III (prioritas rendah) yang tidak memerlukan penanganan mendesak, sedangkan tiga atribut berada pada Kuadran IV (berlebihan), yaitu kecepatan respons, perhatian, dan kepedulian karyawan terhadap pelanggan, yang menunjukkan kinerja pelayanan pada atribut tersebut sudah melampaui tingkat kepentingannya sehingga alokasi sumber daya dapat dievaluasi kembali agar lebih efisien.

Hasil ini sejalan dengan temuan Alamsyah, Suprihatin, dan Hidayah (2024) pada Café Seling Banyuwangi yang juga menemukan gap negatif pada beberapa atribut pelayanan dan mengidentifikasi prioritas perbaikan melalui integrasi *SERVQUAL* dan IPA. Secara umum, integrasi kedua metode dalam penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi kualitas pelayanan Clavia Koffie en Chillen, sekaligus memberikan arah

yang jelas bagi manajemen dalam menentukan prioritas perbaikan yang berorientasi pada kebutuhan dan harapan pelanggan.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil evaluasi kualitas pelayanan menggunakan metode *SERVQUAL* dan *Importance Performance Analysis* (IPA) pada Clavia Koffie en Chillen Purwakarta, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara keseluruhan sudah cukup baik dengan nilai gap rata-rata positif sebesar 0,05, namun masih terdapat kesenjangan pada beberapa atribut, terutama pada dimensi Daya Tanggap dan Empati. Hasil pemetaan IPA mengidentifikasi tiga atribut pada Kuadran I yang menjadi prioritas utama perbaikan, yaitu ketepatan waktu penyajian pesanan, pengetahuan karyawan tentang produk, dan kemampuan karyawan menjelaskan menu, sehingga perbaikan pada ketiga atribut tersebut direkomendasikan sebagai langkah utama bagi manajemen untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan, sementara atribut pada Kuadran II perlu dipertahankan konsistensinya melalui evaluasi dan pelatihan karyawan secara berkala.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Wastukencana Purwakarta, serta pihak manajemen Clavia Koffie en Chillen Purwakarta yang telah memberikan izin dan dukungan data selama proses penelitian berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, B. W., Suprihatin, E., & Hidayah, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Service Quality (Servqual), Importance Performance Analisis (IPA) dan Quality Function Deployment (QFD) Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan pada Café Seling Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 10087–10095.
- Indrayana, M., Kelik Fajar Kusuma, & Jono. (2022). Perbaikan Kualitas Pelayanan Hotel Kartika Chandra dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Rekayasa Industri (JRI)*, 4(2), 63–79. <https://doi.org/10.37631/jri.v4i2.712>
- Gunawan, A., & Galih, R. A. (2024). Peningkatan Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen Dengan Menggunakan Metode Service Quality dan Importance Performance Analysis: Studi Kasus: Selakosa Coffee. *Jurnal Industri dan Teknologi Terpadu*, 7(2), 1-13.
- Rifandi, A. R., Agung, G., Suriadi, K., Ayu, D., & Dewi, S. (2024). Analisis Kepuasan Pemustaka Terhadap Kualitas Layanan Di Perpustakaan Universitas Udayana Dengan Metode CSI (Customer Satisfaction Index) dan IPA (Importance Performace Analysis). *Jurnal Pendidikan Sains dan Teknologi Terapan*, 01(03), 228–236.
- Safi'i. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Model Kano. *Jurnal Teknik Industri*, 19(2), 101–110.
- Sakinah, N. I. N., Achmadi, F., & Septiari, R. (2024). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL) dan Importance Performance Analysis (IPA)(Studi Kasus di PDAM Kabupaten Banggai). *Jurnal Teknik*, 18(2), 18-31.
- Saputra, Y., & Rosihan, R. I. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan dengan Metode SERVQUAL dan IPA: Studi Kasus Di Bengkel CV Nusantara Motor. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 21(2), 103–112. <https://doi.org/10.52330/jtm.v21i2.113>
- Slamet, M., & Sulistiyowati, W. (2022). Analisa Kepuasan Konsumen dengan Mengintegrasikan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance

- Analysis (IPA). *Indonesian Journal of Law and Economics Review*, 15, 1–15.
- Suhu Yugi Saputra, Fathurohman, & Weni Tri Sasmi. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode SERVQUAL (*Service Quality*) Dan IPA (*Importance Performance Analysis*) Pada Jasa Kirim. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 4(4), 1470–1481. <https://doi.org/10.55826/9kw2r731>
- Sulistyo, A. B., Rafauzi, I., & Wijaya, H. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Indomaret dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Media Teknik dan Sistem Industri*, 6(2), 95. <https://doi.org/10.35194/jmtsi.v6i2.1938>
- Suryanto, A., Salahudin, M., Kuncoro, B. N., & Putri, D. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Barang Dengan Metode Servqual Pada PT. Sinergi Adhikarya Semesta. *IMTechno: Journal of Industrial Management and Technology*, 5(1), 45–51. <https://doi.org/10.31294/imtechno.v5i1.2823>
- Yudha, E. P., Br Ginting, A. I., & Istiqomah, N. (2024). Analisis kepuasan konsumen terhadap produk chatime dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, 12(1), 43. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v12i1.17633>