

## ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS LAYANAN DISTRIBUSI MENGGUNAKAN METODE PDSQ PADA UD. ZAHRA BAROKAH

### ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION WITH THE QUALITY OF DISTRIBUTION SERVICES USING THE PDSQ METHOD ON UD. ZAHRA BAROKAH

Ahmad Rahmad Romdloni<sup>1)</sup>, Dzakiyah Widyaningrum<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik  
Jl. Sumatera 101 GKB Gresik - Indonesia  
[ahmadrahmad54@gmail.com](mailto:ahmadrahmad54@gmail.com)<sup>1)</sup>, [dzakiyah@umg.ac.id](mailto:dzakiyah@umg.ac.id)<sup>2)</sup>

**Received:**  
25 Mei 2022

**Accepted:**  
31 Mei 2022

**Published:**  
02 Juni 2022

#### Abstrak

UD. Zahra Barokah merupakan perusahaan yang bergerak pada pengolahan kerupuk ikan. Terdapat keluhan dari konsumen kepada perusahaan yaitu kecepatan waktu pengiriman produk, kurangnya kualitas produk, dan kurangnya informasi yang dijual. Penelitian ini berencana untuk memutuskan seberapa puas konsumen dengan administrasi perusahaan dan untuk mencari kebutuhan mana yang dianggap penting untuk peningkatan kinerja perusahaan. *Physical Distribution Service Quality* (PDSQ) sebagai instrumen pada penelitian ini. melalui penyebaran angket kepada 55 responden. Pengolahan data penelitian ini meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis GAP, *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Importance Performance Analysis* (IPA). Semua atribut pernyataan dinyatakan valid dan reliabel. Pada atribut kualitas produk menempati peringkat pertama kesenjangan sebesar (-1.76) dan dimensi *Timeliness* (-1.22). Pada perhitungan CSI dihasilkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 59% artinya masuk kategori cukup puas. Selanjutnya dalam analisis IPA diketahui ada 3 atribut prioritas yang perlu ditingkatkan perusahaan yaitu atribut kecepatan waktu pelayanan pemesanan, kecepatan waktu pengiriman produk, dan kualitas produk.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan, PDSQ, CSI, IPA.

#### Abstract

*UD. Zahra Barokah is a company engaged in processing fish crackers. There are complaints from consumers to the company, namely the speed of product delivery time, lack of product quality, and lack of information sold. The study plans to decide how satisfied consumers are with the company's administration and to look for which needs are considered essential for improving the company's performance. Physical Distribution Service Quality (PDSQ) as an instrument in this study. through the spread of questionnaires to 55 respondents. This research data processing includes Validity Test, Reliability Test, GAP Analysis, Customer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA). All attributes of the statement are declared valid and reliable. On the product quality attributes ranked first the gap of (-1.76) and the Timeliness dimension (-1.22). In the calculation of CSI produced a customer satisfaction rate of 59% means that it is in the category of quite satisfied. Furthermore, in the IPA analysis, there are 3 priority attributes that need to be improved by the company, namely the attributes of order service time speed, product delivery time speed, and product quality.*

**Keywords:** Customer Satisfaction, PDSQ, CSI, IPA.

---

**How to cite:** Romdloni, A. R., Widyaningrum, D. 2022. "Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Layanan Distribusi Menggunakan Metode PDSQ Pada UD. Zahra Barokah". *Journal of Industrial Engineering and Operation Management (JIEOM)*, 5(1), 15-26.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin kuat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap barang dan jasa untuk mengatasi setiap permasalahan mereka. Untuk mengikuti kesesuaian bisnis ditengah persaingan bisnis yang sangat kompetitif, sebuah organisasi perlu memberikan loyalitas konsumen (Prasetio, 2012). Pemenuhan pelanggan dengan produk dan jasa yang berbeda, kedekatan dalam kualitas, kualitas atau administrasi dari jenis produk dan jasa pengganti, pertaruhan perubahan biaya karena produk dan jasa pengganti dan perubahan dalam tingkat pemenuhan diperoleh dari produk baru yang dikontraskan dengan pengalaman dengan item masa lalu (Widjaja & Nugraha, 2016). Kemajuan suatu organisasi dalam memberikan pemenuhan kepada pelanggan tidak hanya diakui oleh suatu divisi, namun sangat erat kaitannya dengan kerangka kerja sama yang baik antar divisi-divisi di dalam organisasi, sehingga dipercaya setiap divisi dapat berperan aktif dalam mengembangkan bantuan lebih lanjut untuk pelanggan (Fatimah & Zakaria, 2021).

UD. Zahra Barokah adalah perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan kerupuk ikan, yang berlokasi di Kabupaten Gresik dan telah melayani banyak konsumen dari berbagai kota. Terdapat beberapa keluhan dari konsumen untuk perusahaan tersebut, yaitu pada kecepatan waktu pengiriman produk kepada konsumen, kurangnya kualitas produk pada saat ditangan konsumen, dan kurangnya informasi produk yang dijual oleh perusahaan.

Dalam menangani masalah ini memanfaatkan teknik *Physical Distribution Service Quality* (PDSQ). PDSQ ialah teknik yang cocok untuk mengukur kualitas layanan suatu distribusi. PDSQ dikaitkan terhadap kepastian waktu dan arus barang yang dapat diwakili dimulai pengangkutan, aksesibilitas, hingga kondisi barang hingga tiba di pembeli (Ocsylia, Pulansari, & Samanhudi, 2019). PDSQ dikategorikan menjadi 3 dimensi, yaitu *Timeliness*, *Availability*, dan *Quality* (Lutfianto, 2014).

Diharapkan menggunakan pendekatan PDSQ dapat menyelesaikan permasalahan yang ada pada organisasi sehingga dapat diketahui kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Dan juga untuk mengetahui atribut prioritas mana yang perlu ditingkatkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan mampu mengevaluasi kinerjanya untuk kedepannya menjadi perusahaan yang lebih baik lagi dan menerima saran serta masukan yang diberikan konsumen agar meminimalkan terjadinya keluhan dari konsumen.

### ***Physical Distribution Service Quality (PDSQ)***

Salah satu wilayah dasar yang mempengaruhi organisasi untuk membangun keunggulan mereka adalah PDSQ (*Physical Distribution Service Quality*). Meskipun sebenarnya membutuhkan *delivery*, *storage*, dan menunjukkan barang-barang ialah basis perdagangan, pentingnya distribusi dan jenis administrasi yang diharapkan oleh pembeli terkait dengan iklim bisnis juga tidak dapat dihindari (Lutfianto, 2014).

Penekanan PDSQ berasal dari fakta bahwa produksi hingga kini telah melewati mayoritas minat pembeli pada pasar dan dengan demikian harus lebih mengembangkan kinerja distribusi untuk lebih mengembangkan *customer service* (Lutfianto, 2014). Berikut dimensi-dimensi PDSQ antara lain :

- a. *Timeliness* : berhubungan pada bagian kepraktisan, mulai dari teknik pemesanan hingga pengaturan produk yang diatur
- b. *Availability* : berhubungan dengan bagian aksesibilitas, mulai dari data yang diharapkan oleh pembeli sebelum pemesanan hingga pengarsipan penagihan.
- c. *Condition/Quality* : berhubungan dengan bagian-bagian keadaan umum barang secara keseluruhan, termasuk anggapan adanya administrasi-administrasi yang mengikutinya.

### **Customer Satisfaction Index (CSI)**

Kepuasan adalah sensasi puas atau frustrasi individu yang muncul karena pemeriksaan pelaksanaan produk atau hasil dengan ekspektasi (Habibah Muharmi dan Dessy Kurnia Sari, 2019). Apabila sebuah layanan atau produk memenuhi asumsi pembeli, pembeli akan merasa asumsinya terpenuhi. Berikut tabel kriteria kepuasan pelanggan :

Tabel 1. Kriteria Kepuasan Pelanggan

Skor	Keterangan
0,00 - 0,34	Sangat tidak puas
0,35 - 0,50	Tidak puas
0,51 - 0,65	Cukup puas
0,66 - 0,80	Puas
0,81 - 1,00	Sangat puas

Sumber : (Zakiah Attamimi dan Ay Maryani, 2019)

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini dilaksanakan dengan wawancara dengan pihak perusahaan serta penyebaran kuesioner terbuka dan tertutup kepada konsumen. Dalam menyusun dan menyebarkan kuesioner penelitian ini menggunakan metode *Physical Distribution Service Quality* (PDSQ) terdapat 3 dimensi yaitu *timeliness*, *availability*, dan *condition*, lalu diturunkan hingga beberapa atribut (Sulistiyowati, 2015).

Berikut beberapa dimensi yang berhubungan terhadap *Physical Distribution Service Quality* menurut (Lutfianto, 2014) antara lain :

- a. *Timeliness* : berhubungan pada bagian kepraktisan, mulai dari teknik pemesanan hingga pengaturan produk yang diatur
- b. *Availability* : berhubungan dengan bagian aksesibilitas, mulai dari data yang diharapkan oleh pembeli sebelum pemesanan hingga pengarsipan penagihan.
- c. *Condition* : berhubungan dengan bagian-bagian keadaan umum barang secara keseluruhan, termasuk anggapan adanya administrasi-administrasi yang mengikutinya.

Berdasarkan 3 dimensi PDSQ (*timeliness*, *availability*, dan *condition*) dan dari atribut kuesioner penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan kuesioner terbuka kepada konsumen agar selanjutnya digunakan sebagai atribut kuesioner tertutup dan disetujui oleh pihak perusahaan. Berikut desain atribut kuesioner :

Tabel 2. Desain Atribut kuesioner

Dimensi	Kode Atribut	Atribut
<i>Timeliness</i>	T1	Kecepatan waktu pelayanan pemesanan
	T2	Kecepatan waktu pengiriman produk
	T3	Ketepatan waktu pengiriman produk
	T4	Kecepatan penanganan keluhan
<i>Availability</i>	A1	Informasi mengenai produk yang dijual
	A2	Ketersediaan produk
	A3	Ketersediaan layanan darurat
<i>Condition</i>	C1	Kualitas alat pengiriman produk dalam kondisi baik
	C2	Karyawan yang bermutu di bidangnya
	C3	Kualitas produk

Sumber : (Ocsylia et al., 2019)

Terdapat 10 atribut pernyataan dari 3 dimensi. 4 atribut dari dimensi *Timeliness*, dengan kode atribut T1, T2, T3, dan T4. 3 atribut dari dimensi *Availability*, dengan kode A1, A2, dan A3. Dan 3 atribut dari dimensi *Condition* dengan kode C1, C2, dan C3. Pada tabel 2 terdapat 2 atribut pernyataan yang didapatkan dari kuesioner terbuka yakni pada atribut Kualitas alat pengiriman produk dalam kondisi baik (C1) dan karyawan yang bermutu di bidangnya (C2). Dan atribut lainnya diperoleh dari penelitian terdahulu oleh (Ocsylia et al., 2019). Pada tabel2 menjelaskan tentang desain atribut kuesioner yang selanjutnya akan disebar kepada responden dan hasil dari kuesioner tersebut akan dipakai sebagai pengolahan data lebih lanjut.

### Sampel dan populasi

Kepastian jumlah responden, dipastikan menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin merupakan rumus penentuan sampel dengan syarat jumlah populasi diketahui. Tahap pertama sebelum memasukkan jumlah populasi ke dalam rumus Slovin adalah menentukan margin *error*. Pada penelitian ini ditentukan margin *error* atau *e* sebesar 5% atau 0,05 yang artinya hanya 5% kemungkinan kesalahan yang terjadi. Karena jumlah pelanggan merupakan jumlah populasi. Pada saat penelitian ini berlangsung terdapat kurang lebih 55 konsumen, dari kurang lebih 55 konsumen tersebut dijadikan sebagai jumlah responden kuesioner. maka dimulai perhitungan jumlah sampel kuesioner dengan memakai rumus Slovin. Adapun rumus slovin menurut (Imran & Imran, 2017) :

$n$  = jumlah sampel

$N$  = 55 Responden

$e$  = 5% atau 0,05

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{55}{1+55(0,05)^2} = 48,35 \approx 48 \quad (1)$$

Dari perhitungan rumus slovin dihasilkan minimal sampel yang diambil adalah 48 sampel artinya minimal jumlah responden kuesioner yang diambil sebanyak 48 responden.

Pengujian kesetujuan responden terhadap pernyataan pada setiap atribut, satuan

yang dipakai penelitian ini adalah memakai skala likert. Nilai skor skala likert meliputi skor 1-5, diawali sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Berikut merupakan tabel skala Likert.

Tabel 3. Skala Likert.

Skala	Tahap
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

### Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan sebagai pengukuran apakah kuesioner itu valid atau tidak, dengan membandingkan R hitung dan R tabel. Apabila R hitung lebih besar R tabel, survei dianggap substansial, begitu juga sebaliknya (Fatimah & Zakaria, 2021). Uji validitas dalam penelitian ini memakai rumus korelasi produk momen pearson dengan dibantu software SPSS. Adapun persamaan korelasi momen pearson :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (2)$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi

x : skor tiap variabel

y : skor total nilai tiap responden

n : jumlah responden

### Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebagai indeks yang memaparkan sejauh mana suatu instrumen bisa diandalkan atau solid. Artinya bahwa terlepas dari seberapa sering faktor-faktor dalam survey diungkapkan kepada berbagai responden, hasilnya tidak terlalu menyimpang jauh dari normal responden untuk variabel itu. Cara uji reliabilitas adalah dengan mencari persamaan *Koefisien Alpha Cronbach* dibantu dengan menggunakan *software* SPSS. Berikut rumus yang digunakan dalam menghitung koefisien tersebut :

$$r = \left(\frac{k}{k-1}\right) \left(1 - \frac{\sum \sigma x^2}{\sigma^2 total}\right) \quad (3)$$

Keterangan :

r : nilai koefisien reliabilitas

k : jumlah atribut

$\sum \sigma x^2$  : jumlah nilai varian atribut

$\sigma^2 total$  : total varian

### Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan memperoleh dari hasil membagikan kuesioner terbuka dan tertutup terhadap konsumen UD. Zahra Barokah yang telah lebih dari 1 kali bertransaksi. Dengan jumlah responden terdiri dari 55 responden. Dengan 10 atribut pernyataan kuesioner.

### Pengolahan Data

Setelah data dikumpulkan selanjutnya diolah melalui tahapan-tahapan berikut :

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. *Customer Satisfaction Index*
4. *Importance Performance Analysis*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Validitas Tingkat Persepsi dan Harapan

Setelah memperoleh hasil jawaban kuesioner dari 55 responden maka selanjutnya diolah menggunakan uji validitas. Dengan membandingkan R hitung dengan R tabel. Apabila R hitung lebih besar dari R tabel, atribut-atribut yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan valid. Perhitungan Uji validitas pada penelitian ini memakai *software* SPSS dengan persamaan *pearson correlation*. Berikut hasil uji validitas tingkat persepsi dan harapan :

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Persepsi dan Harapan

No	Dimensi	Kode Atribut	R Hitung Persepsi	R Hitung Harapan	R Tabel	Keterangan
1	Timeliness	T1	0,433	0,450	0,266	Valid
2		T2	0,306	0,293	0,266	Valid
3		T3	0,4	0,426	0,266	Valid
4		T4	0,413	0,399	0,266	Valid
5	Availability	A1	0,295	0,312	0,266	Valid
6		A2	0,517	0,538	0,266	Valid
7		A3	0,641	0,656	0,266	Valid
8	Condition	C1	0,530	0,554	0,266	Valid
9		C2	0,587	0,578	0,266	Valid
10		C3	0,586	0,532	0,266	Valid

Sumber: Pengolahan Data

Dari hasil Uji Validitas Persepsi dan Harapan di atas mempunyai hasil *pearson correlation* R hitung  $\geq$  R tabel (0,266). Sehingga setiap pernyataan tersebut dinyatakan Valid.

### Uji Reliabilitas Tingkat Persepsi dan Harapan

Setelah diketahui hasil dari uji validitas maka langkah selanjutnya pengujian

reliabilitas. Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk memaparkan sejauh mana hasil pengukuran cukup stabil. Uji Reliabilitas persepsi dan harapan konsumen dilakukan menggunakan *software* SPSS dengan rumus *Alpha Cronbach*. Berikut hasil perhitungan uji reliabilitas tingkat persepsi dan harapan :

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi

Cronbach Alpha	N of Item	Keputusan
0,627	10	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Harapan

Cronbach Alpha	N of Item	Keputusan
0,619	10	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data

Dari hasil perhitungan uji reliabilitas di atas diperoleh setiap atribut dinyatakan Reliabel. Data dinyatakan reliabel jika nilai Alpha Cronbach lebih besar dari 0,6 (Siregar & Suliantoro, 2019). Data dikatakan reliabel dan bisa digunakan untuk pengambilan data penelitian.

### Analisis GAP

Hasil analisis GAP atau kesenjangan tingkat persepsi dan harapan konsumen dari penyebaran kuesioner pada 55 responden dengan 10 atribut pernyataan. Berikut hasil perhitungan GAP persepsi dan harapan konsumen :

Tabel 7. Hasil Analisis GAP

Dimensi	Kode Atribut	Mean Persepsi	Mean Harapan	GAP
<i>Timeliness</i>	T1	2,75	4,25	-1,5
	T2	2,78	4,22	-1,44
	T3	3,05	3,95	-0,9
	T4	2,98	4,02	-1,04
	Total	11,56	16,44	-4,88
<i>Availability</i>	A1	3,20	3,82	-0,62
	A2	2,98	4,05	-1,07
	A3	3,00	4,00	-1,00
	Total	9,18	11,87	-2,69
<i>Condition</i>	C1	3,00	4,05	-1,05
	C2	3,25	3,80	-0,55
	C3	2,62	4,38	-1,76
	Total	8,87	12,23	-3,36

Sumber: Pengolahan Data

Setelah diperoleh hasil analisis GAP pada tabel 7, selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan peringkat pada tabel 8.

Tabel 8. *Ranking* GAP

Dimensi	Kode Atribut	GAP	Ranking
<i>Timeliness</i>	T1	-1,5	2
	T2	-1,44	3
	T3	-0,9	8
	T4	-1,04	6
<i>Availability</i>	A1	-0,62	9
	A2	-1,07	4
	A3	-1,00	7
<i>Condition</i>	C1	-1,05	5
	C2	-0,55	10
	C3	-1,76	1

Sumber: Pengolahan Data

Berdasarkan hasil dari tabel 8, Atribut C3 (kualitas produk) menjadi kesenjangan pertama antara persepsi dan harapan konsumen.

Tabel 9. Nilai GAP Dimensi PDSQ

Dimensi	Jumlah Mean Persepsi	Nilai Mean Persepsi	Jumlah Mean Harapan	Nilai Mean Harapan	Jumlah GAP	Q=P/H
<i>Timeliness</i>	11,56	2,89	16,44	4,11	-1,22	0,55
<i>Availability</i>	9,18	3,06	11,87	3,95	-0,89	0,77
<i>Condition</i>	8,87	2,95	12,23	4,07	-1,12	0,72

Sumber: Pengolahan Data

### Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Analisis CSI dilakukan sebagai menetapkan tingkat kepuasan konsumen secara umum dengan metodologi yang memperhitungkan tingkat kepentingan pada setiap item atribut yang diukur.

Tabel 10. Perhitungan Gabungan Persepsi dan Harapan

Kode Atribut	Mean Persepsi (X)	Mean Harapan (Y)	Skor (X x Y)
T1	2,75	4,25	11,68
T2	2,78	4,22	11,73
T3	3,05	3,95	12,04
T4	2,98	4,02	11,97
A1	3,20	3,82	12,22
A2	2,98	4,05	12,06
A3	3,00	4,00	12,00
C1	3,00	4,05	12,15

C2	3,25	3,80	12,35
C3	2,62	4,38	11,47
Total	29,61	40,54	119,67

Sumber: Pengolahan Data

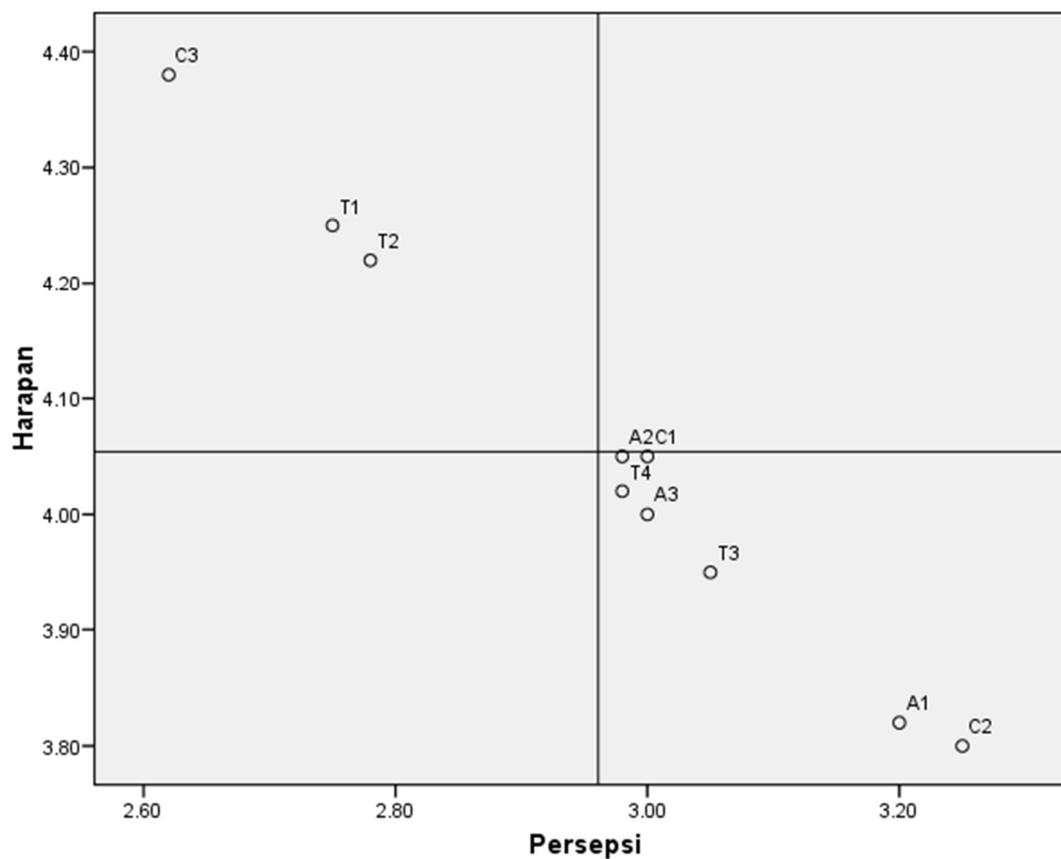
Dari tabel 10 jumlah gabungan dari persepsi dan harapan pada hasil memiliki hasil sebesar 119,67. Dari perhitungan tersebut selanjutnya dihitung menggunakan rumus CSI. Berikut rumus CSI :

$$CSI = \frac{T}{5(TY)} \times 100\% = \frac{119,67}{5 \times 40,54} = 59\% \quad (4)$$

Dari perhitungan CSI di atas didapatkan hasil CSI sebesar 59% maka hasil tersebut masuk dalam kategori cukup puas dalam pelayanan yang diberikan oleh UD. Zahra Barokah.

#### *Important Performance Analysis*

Analisis IPA dilakukan dengan memasukkan data dari rata-rata persepsi dan harapan sesuai dengan atribut menggunakan software SPSS. Berikut hasil dari diagram analisis IPA :



Gambar 1. Hasil Analisis IPA

Dari hasil gambar diagram analisis IPA di atas, sebanyak 10 atribut yang tersebar ke 4 kuadran. Pada gambar 1 terdapat 3 atribut yang menjadi prioritas utama bagi perusahaan untuk ditingkat. Yakni atribut T1, T2, dan C3. Berikut penjelasan mengenai kuadran IPA pada gambar diagram di atas menurut (Fatimah & Zakaria, 2021) :

**Kuadran pertama (I)**, memerlukan tindakan yang harus difokuskan pada tingkat administrasi, mengingat tingkat kepentingannya tinggi sementara tingkat pemenuhan pelaksanaannya rendah.

**Kuadran kedua (II)**, menandakan daerah yang harus dikonsistenkan, sebab tingkat kepentingannya tinggi sementara tingkat pemenuhan pelaksanaannya juga tinggi.

**Kuadran ketiga (III)**, daerah berkebutuhan rendah, sebab tingkat kepentingannya rendah sementara tingkat pemenuhan pelaksanaannya juga rendah. Pada kuadran ini ada beberapa faktor yang kurang signifikan untuk pembeli. tetapi, organisasi perlu selalu menunjukkan opsi yang lebih disukai daripada pesaing lain.

**Kuadran keempat (IV)**, dikelompokkan daerah berlebihan, sebab ada faktor yang tidak signifikan untuk pembeli, melainkan dilakukan dengan sangat baik oleh organisasi. Demikian juga dengan alasan bahwa tingkat kepentingannya rendah sedangkan tingkat pemenuhan pelaksanaannya tinggi, maka sama sekali tidak penting untuk diperhatikan.

Tabel 11. Kuadran IPA

<b>Kuadran I (Prioritas Utama)</b>	<b>Kuadran II (Pertahankan Prestasi)</b>
<b>Kuadran III (Prioritas Rendah)</b>	<b>Kuadran IV (Berlebihan)</b>

Sumber : (Zakiah Attamimi dan Ay Maryani, 2019)

Pada diagram kartesius analisis IPA diketahui terdapat 3 atribut prioritas utama yang menjadi faktor utama dalam permasalahan keluhan konsumen, yaitu pada atribut kecepatan waktu pelayanan pemesanan (T1), kecepatan waktu pengiriman produk (T2), dan kualitas produk (C3). Maka, untuk mengurangi keluhan konsumen penulis mengusulkan beberapa usulan kepada perusahaan sebagai berikut :

1. Kecepatan waktu pelayanan pemesanan (T1)  
Perusahaan perlu menyediakan bagian *customer service* dalam perusahaan supaya perusahaan lebih responsif dalam menanggapi pesan konsumen
2. Kecepatan waktu pengiriman produk (T2)  
Perusahaan perlu menyediakan alat transportasi yang memadai sehingga proses pengiriman produk lebih cepat dan juga memanfaatkan layanan perusahaan ekspedisi yang berada di sekitar lokasi perusahaan.
3. Kualitas Produk (C3)  
Perusahaan perlu melakukan penerapan SOP (*Standart Operating Procedure*) dan melakukan *quality control* pada saat proses produksi.

## KESIMPULAN

Kesimpulan didapatkan dalam penelitian ini yakni prioritas utama yang harus ditingkatkan pada pelayanan UD. Zahra Barokah adalah pada atribut T1, T2, dan C3 (kecepatan waktu pelayanan pemesanan, kecepatan waktu pengiriman produk, dan kualitas produk). Tingkat kepuasan pelanggan pada UD. Zahra Barokah dengan melakukan perhitungan CSI diperoleh hasil 59% sehingga tingkat kepuasan pelanggan pada UD. Zahra Barokah termasuk dalam kategori cukup puas. Jadi, UD. Zahra Barokah jika ingin meningkatkan kepuasan pelanggan perlu adanya peningkatan pada ketiga atribut yang menjadi prioritas utama tersebut yakni kecepatan waktu pelayanan pemesanan (T1), kecepatan waktu pengiriman produk (T2), dan kualitas produk (C3). Dan memperkecil selisih GAP antara persepsi dan harapan.

Berdasarkan kesimpulan di atas (perhitungan analisis CSI dan analisis IPA) penulis memberikan saran kepada perusahaan untuk pengoptimalan kepuasan pelanggan pada layanan yang dilakukan oleh perusahaan dengan melakukan peningkatan pada 3 atribut prioritas utama yang dikeluhkan oleh konsumen. Pada atribut C3 perusahaan perlu melakukan penerapan SOP (*Standart Operating Procedure*) dan melakukan *quality control* pada saat proses produksi sehingga kedepannya konsumen tidak menerima kecacatan pada produk yang diberikan oleh perusahaan. Pada atribut T1 perusahaan perlu melakukan penambahan divisi *customer service* agar perusahaan dapat lebih responsif dalam menanggapi pesanan konsumen. Pada atribut T2 perusahaan perlu menyediakan transportasi pengiriman produk yang memadai sehingga proses pengiriman produk dapat lebih cepat dan juga memanfaatkan layanan perusahaan ekspedisi yang ada di sekitar lokasi perusahaan.

## REFERENSI

- Fatimah, F., & Zakaria, M. (2021). Analisis Tingkat Kinerja Pdam Tirta Mon Pase Dalam Melayani Keluhan Pelanggan Berdasarkan Metode Importance Performance Analysis. *Journal of Industrial Engineering and Operation Management*, 4(1), 10-16. <https://doi.org/10.31602/jieom.v4i1.5334>
- Habibah Muharmi dan Dessy Kurnia Sari. (2019). Pengaruh Service Quality, Food Quality, Dan Perceived Value Terhadap Behavioral Intention Dengan Consumer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Restoran Pongek or Situjuah Di Kota Payakumbuh. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 193-203.
- Imran, H. A., & Imran, H. A. (2017). PERAN SAMPLING DAN DISTRIBUSI DATA ( THE ROLE OF SAMPLING AND DATA DISTRIBUTION IN COMMUNICATION RESEARCH QUANTITATIVE APPROACH ). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 111-126.
- Lutfianto, A. (2014). Kepuasan pelanggan dengan pendekatan. *Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan*, 9(2), 111-119.
- Ocsyia, F., Pulansari, F., & Samanhudi, D. (2019). Analisis Kualitas Layanan Distribusi Dengan Metode Physical Distribution Service Quality (Pdsq) Di Pt. X. *Tekmapro : Journal of Industrial Engineering and Management*, 14(1), 26-33.

<https://doi.org/10.33005/tekmapro.v14i1.26>

- Prasetio, A. (2012). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *MAJ*, 1(1).
- Siregar, S. D., & Suliantoro, H. (2019). KUALITAS LAYANAN WIFI ID DENGAN METODE SERVICE QUALITY ( Studi Kasus PT Telkom Indonesia Regional 1 Sumatera ). *Industrial Engineering Online Journal*, 7(4).
- Sulistiyowati, W. (2015). PHYSICAL DISTRIBUTION SERVICE QUALITY ( PDSQ ) DAN LEAN SIX SIGMA PADA DISTRIBUSI. *JEMIS*, 3(1), 9-14.
- Widjaja, Y. R., & Nugraha, I. (2016). Loyalitas merek sebagai dampak dari kepuasan konsumen. *IKONOMIKA*, 1(1), 1-13.
- Zakiah Attamimi dan Ay Maryani. (2019). PENGUKURAN KEPUASAN NASABAH MELALUI KUALITAS PELAYANAN PT . BNI SYARIAH KC . CIPUTAT DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS ( IPA ) & METODE COSTUMER STATISFACTION INDEX ( CSI ). *FINANSIA*, 02(2), 201-214.