

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Minimarket Koperasi Polibatam dengan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*

Astrid Maharani ¹, Himawan Mochtoha ²

Politeknik Negeri Batam
Administrasi Bisnis Terapan

Jl. Ahmad Yani, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29461, Indonesia.

Email: astridmaharani0919@gmail.com ¹, himawan@polibatam.ac.id ²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dengan mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen di Minimarket Koperasi Polibatam, serta menentukan prioritas perbaikan layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden yang merupakan civitas akademika Politeknik Negeri Batam dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Service Quality (SERVQUAL)* untuk mengukur kesenjangan pelayanan, *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk menentukan prioritas perbaikan, serta *Customer Satisfaction Index (CSI)* untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini menunjukkan masih terdapat beberapa atribut pelayanan yang memiliki kesenjangan negatif dan berada pada prioritas utama untuk diperbaiki, khususnya pada dimensi *reliability* dan *responsiveness*. Sementara itu, dimensi *empathy* dan *tangibles* telah memenuhi bahkan melampaui harapan konsumen. Secara keseluruhan, nilai *CSI* menunjukkan bahwa konsumen berada pada kategori puas, namun masih diperlukan peningkatan kualitas layanan secara berkelanjutan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Kepuasan Konsumen, Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), Kualitas Pelayanan*

ABSTRACT

This study aims to analyze the level of customer satisfaction with service quality by identifying the gap between expectations and perceptions and determining service improvement. It employs a quantitative approach by distribution of questionnaires to 100 respondents members of the Batam State Polytechnic academic community using purposive sampling. Data were analyzed using the Service Quality (SERVQUAL) method to measure service gaps, Importance Performance Analysis (IPA) to determine improvement priorities, and the Customer Satisfaction Index (CSI) to assess overall satisfaction. The results of this study indicate that there are still several service attributes with negative gaps that are top priorities for improvement, particularly in the reliability and responsiveness dimensions. Meanwhile, the empathy and tangibles dimensions have met and even exceeded consumer expectations. Overall, the CSI score indicates that consumers fall into the satisfied category however, continuous service quality improvement is still necessary to further enhance consumer satisfaction.

Keyword: *Customer Satisfaction, Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), Service Quality*

1. Pendahuluan

Sektor ritel, khususnya minimarket koperasi di lingkungan kampus, memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan civitas akademika sekaligus sebagai sarana pengembangan unit usaha institusi. Minimarket Koperasi Polibatam berupaya memberikan layanan yang berkualitas, namun masih ditemukan berbagai permasalahan, seperti ketidaksesuaian harga antara rak dan kasir, kurangnya transparansi informasi, serta perbedaan perlakuan terhadap konsumen. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan yang berpotensi memengaruhi tingkat kepuasan konsumen (Parasuraman et al, 1988)

Kepuasan konsumen merupakan indikator utama keberhasilan layanan, yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan melalui dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa permasalahan ketepatan pelayanan dan kecepatan respon menjadi sumber utama kesenjangan yang berdampak pada kepuasan konsumen (Hidayat, 2023). Namun, penelitian pada konteks minimarket koperasi di lingkungan pendidikan masih terbatas, serta belum banyak yang mengintegrasikan analisis kesenjangan dengan penentuan prioritas perbaikan secara sistematis. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengombinasikan metode *SERVQUAL*, *IPA*, dan *CSI* untuk menghasilkan analisis yang lebih komprehensif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dengan mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen menggunakan *SERVQUAL*, menentukan prioritas perbaikan melalui *IPA* (Martilla & James, 1977), serta mengukur tingkat kepuasan konsumen menggunakan *CSI*. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam kajian pengembangan kualitas pelayanan serta menjadi dasar bagi pengelola Minimarket Koperasi Polibatam dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan konsumen (Trivani et al., 2025).

2. Landasan Teori

2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menentukan tingkat kepuasan konsumen dan dinilai dari kesesuaian antara harapan dan persepsi layanan (Parasuraman, 1988). Jika layanan memenuhi atau melampaui harapan maka dinilai baik, sebaliknya jika di bawah harapan maka kurang baik.

Penelitian ini menggunakan metode *SERVQUAL* dengan lima dimensi: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati untuk menilai kesesuaian pelayanan dengan harapan konsumen.

2.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menjadi indikator utama keberhasilan layanan, yaitu perbandingan antara kinerja

yang dirasakan dan harapan (Tjiptono & Diana, 2022). Jika sesuai harapan maka konsumen puas, jika tidak maka timbul ketidakpuasan.

Kepuasan juga merupakan hasil evaluasi menyeluruh atas pengalaman konsumen dan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, seperti ketepatan harga, kecepatan layanan, serta kemudahan informasi dan transaksi.

2.3 *SERVQUAL*

Metode *Service Quality (SERVQUAL)* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dengan cara membandingkan antara harapan dan persepsi konsumen (Parasuraman et al. 1988). Metode ini berfokus pada identifikasi gap yang terjadi antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan oleh konsumen.

Pengukuran *SERVQUAL* dilakukan dengan menghitung selisih antara nilai persepsi dan harapan pada setiap atribut pelayanan. Nilai gap negatif menunjukkan bahwa pelayanan belum memenuhi harapan konsumen, sedangkan nilai gap positif menunjukkan bahwa pelayanan telah melampaui harapan. Dengan demikian, metode ini digunakan untuk mengidentifikasi aspek pelayanan yang perlu diperbaiki.

2.4 *Importance Performance Analysis (IPA)*

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dengan membandingkan tingkat kepentingan (harapan) dan tingkat kinerja (kenyataan) suatu atribut pelayanan (Martilla & James, 1977). Hasil analisis IPA disajikan dalam bentuk diagram kartesius yang terbagi ke dalam empat kuadran, yaitu prioritas utama, pertahankan prestasi, prioritas rendah, dan berlebihan.

Melalui metode ini, perusahaan dapat mengetahui atribut pelayanan yang harus menjadi prioritas perbaikan, sehingga upaya peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan secara lebih efektif dan terarah.

2.5 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan dengan mempertimbangkan tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut pelayanan. Nilai *CSI* menunjukkan tingkat kepuasan konsumen dalam kategori tertentu, mulai dari tidak puas hingga sangat puas (Megawati, 2024).

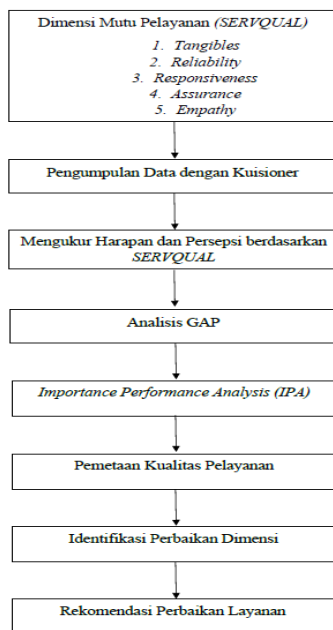
Metode *CSI* membantu memberikan gambaran umum mengenai tingkat kepuasan konsumen, sehingga dapat digunakan sebagai indikator keberhasilan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

2.6 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan berhubungan langsung dengan kepuasan konsumen, yaitu layanan yang sesuai harapan meningkatkan kepuasan, sedangkan yang tidak sesuai menurunkannya.

Penelitian Sulistyو (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, khususnya keandalan dan daya tanggap, berpengaruh terhadap kepuasan, sehingga peningkatannya menjadi strategi penting.

2.7 Alur Penelitian



Gambar 1: Alur Penelitian

3. Metode Penelitian

3.1 Lokasi dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Minimarket Koperasi Polibatam yang berlokasi di lingkungan kampus Politeknik Negeri Batam. Lokasi ini dipilih karena memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan civitas akademika serta menjadi unit usaha yang berinteraksi langsung dengan konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan tujuan untuk menggambarkan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kesesuaian antara harapan dan persepsi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan (Sugiyono, 2019).

3.2 Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden. Responden merupakan konsumen Minimarket Koperasi Polibatam dari kalangan civitas akademika (mahasiswa, dosen, dan staf) yang telah

melakukan pembelian minimal tiga kali dalam periode Agustus 2025 hingga Maret 2026.

Teknik pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan jumlah minimum agar dapat mewakili populasi (Lwanga & Lemeshow, 1991). Penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah populasi konsumen yang memenuhi kriteria tidak dapat diketahui secara pasti, disebabkan tidak tersedianya data resmi terkait jumlah konsumen dengan frekuensi pembelian tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Riyanto (2020) yang menyatakan bahwa rumus Lemeshow digunakan ketika jumlah populasi tidak diketahui. Selain itu, Sugiyono (2019) menyatakan bahwa penggunaan sampel dapat dilakukan ketika populasi besar dan tidak memungkinkan untuk diteliti seluruhnya.

Kondisi tersebut diperkuat oleh observasi awal melalui wawancara singkat terhadap beberapa civitas akademika, yang menunjukkan bahwa tidak seluruh populasi pernah melakukan pembelian di Minimarket Koperasi Polibatam atau memenuhi kriteria frekuensi pembelian minimal tiga kali dalam periode penelitian. Sebagian responden menyatakan tidak pernah berbelanja di minimarket dikarenakan terkendala aktivitas di luar kampus seperti sedang melaksanakan kegiatan magang dan tugas belajar. Selain itu, terdapat pula preferensi berbelanja di tempat lain yang dipengaruhi oleh faktor antrean serta keterbatasan variasi dan jenis produk yang tersedia. Temuan ini mengindikasikan bahwa populasi yang relevan dalam penelitian bersifat terbatas pada kelompok konsumen tertentu, sehingga jumlah pastinya tidak dapat diidentifikasi secara akurat.

Pendekatan ini juga didukung oleh penelitian terdahulu. Oleh Damanik (2023) dalam penelitiannya mengenai kepuasan konsumen pada supermarket menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah pengunjung tidak dapat diidentifikasi secara pasti, dan memperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 96 responden. Selanjutnya, Yayan (2022) dalam penelitian tentang perilaku konsumen dalam memilih minimarket juga menerapkan rumus Lemeshow dengan alasan populasi konsumen tidak diketahui, serta menetapkan 100 responden sebagai sampel penelitian. Selain itu, Teti (2023) dalam penelitian terhadap mahasiswa sebagai konsumen di lingkungan kampus menggunakan rumus Lemeshow karena jumlah mahasiswa yang benar-benar berperan sebagai konsumen tidak dapat ditentukan secara pasti, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan rumus Lemeshow pada populasi yang tidak diketahui merupakan praktik yang umum dalam penelitian konsumen.

Dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal

$Z = 1,96$ (nilai Z pada tingkat kepercayaan 95%)

$p = 0,5$ (proporsi maksimum, asumsi jika proporsi sebenarnya tidak diketahui)

$d = 0,1$ (margin of error 10%)

Sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Jumlah tersebut telah memenuhi dan melampaui batas minimum, sehingga data dinilai cukup dan representative untuk dianalisis lebih lanjut.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuisioner (Sugiyono, 2019). Data meliputi penilaian kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi *SERVQUAL* serta tingkat harapan dan persepsi konsumen terhadap layanan yang diterima.

3.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 5 poin, yang digunakan untuk mengukur tingkat harapan dan persepsi responden terhadap kualitas pelayanan. Skala ini berkisar dari nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga nilai 5 (sangat setuju) (Sugiyono, 2019).

3.5 Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS. Validitas ditentukan dari nilai r hitung $>$ r tabel, sedangkan reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha (Ghozali, 2018). Pengujian ini bertujuan memastikan instrumen mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten.

3.6 Metode Service Quality (SERVQUAL)

Metode *Service Quality (SERVQUAL)* digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dengan cara membandingkan antara persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diinginkan (Saputra & Rosihan, 2023). Data yang diperoleh dari kuisioner kemudian dihitung nilai rata-ratanya untuk setiap atribut menggunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{n}$$

Dimana:

$\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat kinerja atau persepsi layanan

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan

n = Jumlah responden

3.7 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa kuisioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel (Hidayat, 2023). Pengujian ini dilakukan menggunakan data dari 30 responden pada tahap uji coba instrument (pilot test) dengan tingkat signifikansi 5%, sehingga diperoleh nilai- r -tabel sebesar 0,361. Proses pengujian validitas dilakukan dengan bantuan software SPSS.

Rumus yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:

r_{xy} = Koefisien korelasi

$\sum X$ = Jumlah skor item X

$\sum Y$ = Jumlah skor total

n = Jumlah responden

3.8 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrument penelitian. Instrument dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6, yang menunjukkan bahwa instrument pengukuran dapat diandalkan (Hidayat, 2023). Rumus yang digunakan adalah:

$$R_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{1 - \sum ab^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana:

R_{ac} = Koefisien Reliabilitas

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum ab^2$ = Total varian butir

σ^2 = Total Varian

3.9 Metode Importance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* digunakan untuk memetakan atribut pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan (harapan) dan tingkat kinerja (persepsi) konsumen. Setiap atribut akan dipetakan ke dalam empat kuadran untuk menentukan prioritas perbaikan. Perhitungan tingkat kesesuaian dilakukan dengan rumus:

$$Tki = \frac{\bar{x}_i}{\bar{y}_i} \times 100\%$$

Dimana:

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden
 $\bar{x}_i$ = Skor rata-rata penilaian kinerja perusahaan
 $\bar{y}_i$ = Skor rata-rata penilaian harapan responden

3.10 Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan. Perhitungan *CSI* dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

a. *Mean Importance Score (MIS)*

$$MIS_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

b. *Mean Satisfaction Score (MSS)*

$$MSS_i = \frac{\sum Y_i}{n}$$

c. *Weight Factor (WF)*

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum MIS}$$

d. *Weight Score (WS)*

$$WS_i = WF_i \times MSS_i$$

e. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

$$CSI = \frac{\sum WS_i}{HS} \times 100\%$$

Keterangan:

- Y_i = Skor tingkat kepentingan
- X_i = Skor tingkat kinerja
- n = Jumlah responden
- HS = Skala tertinggi kuesioner

4. Hasil dan Pembahasan

Data yang telah diolah kemudian dianalisis melalui uji validitas dan reliabilitas, serta metode *SERVQUAL*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Hasilnya disajikan pada Tabel 1 hingga Tabel 11, yang memuat gap kualitas pelayanan serta prioritas perbaikan atribut layanan

Tabel 1: Tabel Tabulasi Data Responden Skala Harapan

NO	ITEMS	SKALA HARAPAN											TOTAL(NF)	TOTAL RESPONDEN	MEAN
		STS	STS	TS	TS	N	N	S	S	SS	SS				
		(NF)	%	(NF)	%	(NF)	%	(NF)	%	(NF)	%				
1	Q1	0	0%	0	0%	11	11%	27	27%	62	62%	451	100	4,51	
2	Q2	0	0%	0	0%	10	10%	40	40%	50	50%	440	100	4,40	
3	Q3	0	0%	0	0%	9	9%	34	34%	57	57%	448	100	4,48	
4	Q4	0	0%	1	1%	6	6%	40	40%	53	53%	445	100	4,45	
5	Q5	0	0%	0	0%	13	13%	32	32%	55	55%	442	100	4,42	
6	Q6	0	0%	1	1%	9	9%	39	39%	51	51%	440	100	4,40	
7	Q7	1	1%	0	0%	7	7%	34	34%	58	58%	448	100	4,48	
8	Q8	0	0%	0	0%	11	11%	35	35%	54	54%	443	100	4,43	
9	Q9	0	0%	0	0%	6	6%	37	37%	57	57%	451	100	4,51	
10	Q10	0	0%	1	1%	6	6%	38	38%	55	55%	447	100	4,47	
11	Q11	0	0%	1	1%	8	8%	34	34%	57	57%	447	100	4,47	
12	Q12	0	0%	1	1%	6	6%	41	41%	52	52%	444	100	4,44	
13	Q13	0	0%	0	0%	8	8%	32	32%	60	60%	452	100	4,52	
14	Q14	0	0%	1	1%	8	8%	37	37%	54	54%	444	100	4,44	
15	Q15	0	0%	1	1%	7	7%	36	36%	56	56%	447	100	4,47	
16	Q16	0	0%	0	0%	8	8%	33	33%	59	59%	451	100	4,51	
17	Q17	0	0%	0	0%	11	11%	29	29%	60	60%	449	100	4,49	
18	Q18	0	0%	2	2%	7	7%	36	36%	55	55%	444	100	4,44	
19	Q19	0	0%	1	1%	5	5%	33	33%	61	61%	454	100	4,54	
20	Q20	0	0%	0	0%	9	9%	37	37%	54	54%	445	100	4,54	
21	Q21	0	0%	1	1%	8	8%	31	31%	60	60%	450	100	4,50	
22	Q22	0	0%	0	0%	6	6%	36	36%	58	58%	452	100	4,52	
23	Q23	0	0%	0	0%	10	10%	38	38%	52	52%	442	100	4,42	
24	Q24	0	0%	0	0%	6	6%	37	37%	57	57%	451	100	4,51	
25	Q25	0	0%	0	0%	6	6%	38	38%	56	56%	450	100	4,50	

Sumber: Diolah oleh Penulis (2026)

Berdasarkan tabel 1, sebagian besar responden memilih kategori setuju hingga sangat setuju, yang menunjukkan tingginya harapan konsumen terhadap pelayanan Minimarket Koperasi Polibatam. Seluruh dimensi pelayanan yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dinilai penting, sehingga konsumen mengharapkan kualitas layanan yang optimal pada semua aspek.

Tabel 2: Tabel Tabulasi Data Responden Skala Persepsi

NO	ITEMS	SKALA PERSEPSI												
		STS	STS	TS	TS	N	N	S	S	SS	SS	TOTAL (NF)	TOTAL RESPONDEN	MEAN
		(NF)	%	(NF)	%	(NF)	%	(NF)	%	(NF)	%			
1	Q1	0	0%	2	2%	30	30%	44	44%	24	24%	390	100	3,90
2	Q2	0	0%	1	1%	34	34%	40	40%	25	25%	389	100	3,89
3	Q3	0	0%	3	3%	27	27%	43	43%	27	27%	394	100	3,94
4	Q4	0	0%	2	2%	34	34%	29	29%	35	35%	397	100	3,97
5	Q5	0	0%	6	6%	33	33%	39	39%	22	22%	377	100	3,77
6	Q6	1	1%	5	5%	39	39%	40	40%	15	15%	363	100	3,63
7	Q7	1	1%	15	15%	22	22%	43	43%	19	19%	364	100	3,64
8	Q8	0	0%	7	7%	39	39%	30	30%	24	24%	371	100	3,71
9	Q9	0	0%	3	3%	35	35%	39	39%	23	23%	382	100	3,82
10	Q10	0	0%	3	3%	35	35%	45	45%	17	17%	376	100	3,76
11	Q11	0	0%	3	3%	37	37%	43	43%	17	17%	374	100	3,74
12	Q12	0	0%	3	3%	31	31%	50	50%	16	16%	379	100	3,79
13	Q13	0	0%	5	5%	31	31%	40	40%	24	24%	383	100	3,83
14	Q14	0	0%	3	3%	33	33%	43	43%	21	21%	382	100	3,82
15	Q15	4	4%	11	11%	31	31%	35	35%	19	19%	354	100	3,54
16	Q16	0	0%	1	1%	39	39%	37	37%	23	23%	382	100	3,82
17	Q17	0	0%	1	1%	29	29%	49	49%	21	21%	390	100	3,90
18	Q18	0	0%	4	4%	38	38%	40	40%	18	18%	372	100	3,72
19	Q19	0	0%	1	1%	27	27%	44	44%	28	28%	399	100	3,99
20	Q20	0	0%	3	3%	29	29%	49	49%	19	19%	384	100	3,84
21	Q21	0	0%	4	4%	31	31%	49	49%	18	18%	379	100	3,79
22	Q22	0	0%	5	5%	36	36%	42	42%	17	17%	371	100	3,71
23	Q23	1	1%	5	5%	36	36%	43	43%	15	15%	366	100	3,66
24	Q24	0	0%	6	6%	29	29%	42	42%	23	23%	382	100	3,82
25	Q25	0	0%	2	2%	35	35%	44	44%	19	19%	380	100	3,80

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 2, sebagian besar responden menilai persepsi pelayanan pada kategori netral hingga setuju, yang menunjukkan layanan sudah cukup baik. Namun, dibandingkan dengan harapan, penilaian pada kategori tertinggi lebih rendah, sehingga pelayanan belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi konsumen.

Tabel 3: Hasil Uji Validitas Terhadap Harapan Pelanggan

No.	Item	Tangibles	R Hitung	r Tabel	Ket
1	H1	Menurut saya, kondisi ruangan Minimarket Koperasi Polibatam bersih untuk berbelanja.	0,782	0,361	Valid
2	H2	Menurut saya, penataan barang di Minimarket Koperasi Polibatam mudah dijangkau oleh konsumen.	0,807	0,361	Valid
3	H3	Menurut saya, fasilitas yang tersedia di Minimarket Koperasi Polibatam mendukung kenyamanan saat berbelanja.	0,768	0,361	Valid
4	H4	Menurut saya, penampilan karyawan Minimarket Koperasi Polibatam terlihat rapi dan sopan.	0,811	0,361	Valid
5	H5	Menurut saya, fasilitas kasir dan sistem pembayaran berfungsi dengan baik.	0,816	0,361	Valid
No.	Item	Reliability	R Hitung	R Tabel	Ket
1	H6	Menurut saya, Koperasi Polibatam menyediakan barang yang dibutuhkan secara konsisten.	0,767	0,361	Valid
2	H7	Menurut saya, harga barang yang tertera sesuai dengan harga yang dibayarkan di kasir.	0,879	0,361	Valid
3	H8	Menurut saya, proses transaksi pembelian dilakukan dengan benar tanpa kesalahan.	0,788	0,361	Valid
4	H9	Menurut saya, pelayanan yang diberikan Minimarket Koperasi Polibatam sesuai dengan prosedur yang berlaku.	0,830	0,361	Valid
5	H10	Menurut saya, pelayanan Minimarket Koperasi Polibatam dapat diandalkan oleh konsumen.	0,871	0,361	Valid
No	Item	Responsiveness	R hitung	R tabel	Ket
1	H11	Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam segera memberikan tanggapan ketika saya menyampaikan pertanyaan atau keluhan.	0,807	0,361	Valid
2	H12	Menurut saya, karyawan segera membantu ketika saya mengalami kendala saat berbelanja.	0,910	0,361	Valid
3	H13	Menurut saya, karyawan memberikan pelayanan dengan sigap dan tepat waktu.	0,887	0,361	Valid
4	H14	Menurut saya, karyawan memberikan informasi yang jelas ketika ditanya	0,856	0,361	Valid

		mengenai produk atau layanan.			
5	H15	Menurut saya, waktu pelayanan di kasir cukup cepat dan tidak membuat saya menunggu lama.	0,896	0,361	Valid
No	Item	<i>Assurance</i>	R hitung	R tabel	Ket
1	H16	Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam memberikan rasa aman dan nyaman saat saya berbelanja.	0,908	0,361	Valid
2	H17	Menurut saya, saya merasa yakin terhadap kemampuan karyawan dalam melayani konsumen.	0,888	0,361	Valid
3	H18	Menurut saya, karyawan menjelaskan informasi produk dengan jelas dan mudah dipahami.	0,822	0,361	Valid
4	H19	Menurut saya, saya percaya terhadap kualitas produk yang dijual di Minimarket Koperasi Polibatam.	0,835	0,361	Valid
5	H20	Menurut saya, pelayanan yang diberikan mencerminkan sikap profesional dari karyawan.	0,901	0,361	Valid
No	Item	<i>Empathy</i>	R hitung	R tabel	Ket
1	H21	Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam memberikan perhatian terhadap kebutuhan saya saat berbelanja.	0,777	0,361	Valid
2	H22	Menurut saya, karyawan melayani saya dengan ramah dan sopan.	0,802	0,361	Valid
3	H23	Menurut saya, saya merasa didengarkan dan diperhatikan oleh karyawan Koperasi Polibatam.	0,801	0,361	Valid
4	H24	Menurut saya, karyawan bersedia membantu saya mencari produk yang dibutuhkan.	0,901	0,361	Valid
5	H25	Menurut saya, Minimarket Koperasi Polibatam memperhatikan kenyamanan konsumen selama berada di area belanja.	0,824	0,361	Valid

Sumber: Data olahan penulis menggunakan SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 3, seluruh item pada skala harapan dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel (0,361), sehingga semua pernyataan layak digunakan untuk mengukur harapan konsumen.

Tabel 3:Uji Validitas Terhadap Persepsi Pelanggan

No.	Item	<i>Tangibles</i>	R Hitung	r Tabel	Ket
1	P1	Menurut saya, kondisi ruangan Minimarket Koperasi Polibatam bersih untuk berbelanja.	0,755	0,361	Valid
2	P2	Menurut saya, penataan barang di Minimarket Koperasi Polibatam mudah dijangkau oleh konsumen.	0,499	0,361	Valid
3	P3	Menurut saya, fasilitas yang tersedia di Minimarket Koperasi Polibatam mendukung kenyamanan saat berbelanja.	0,732	0,361	Valid
4	P4	Menurut saya, penampilan karyawan Minimarket Koperasi Polibatam terlihat rapi dan sopan.	0,451	0,361	Valid
5	P5	Menurut saya, fasilitas kasir dan sistem pembayaran berfungsi dengan baik.	0,665	0,361	Valid
No.	Item	<i>Reliability</i>	R Hitung	R Tabel	Ket
1	P6	Menurut saya, Minimarket Koperasi Polibatam menyediakan barang yang dibutuhkan secara konsisten.	0,685	0,361	Valid
2	P7	Menurut saya, harga barang yang tertera sesuai dengan harga yang dibayarkan di kasir.	0,718	0,361	Valid
3	P8	Menurut saya, proses transaksi pembelian dilakukan dengan benar tanpa kesalahan.	0,562	0,361	Valid
4	P9	Menurut saya, pelayanan yang diberikan Minimarket Koperasi Polibatam sesuai dengan prosedur yang berlaku.	0,502	0,361	Valid
5	P10	Menurut saya, pelayanan Minimarket Koperasi Polibatam dapat diandalkan oleh konsumen.	0,578	0,361	Valid
No	Item	<i>Responsiveness</i>	R hitung	R tabel	Ket
1	P11	Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam segera memberikan tanggapan ketika saya menyampaikan pertanyaan atau keluhan.	0,666	0,361	Valid
2	P12	Menurut saya, karyawan segera membantu ketika saya mengalami kendala saat berbelanja.	0,556	0,361	Valid
3	P13	Menurut saya, karyawan memberikan pelayanan dengan sigap dan tepat waktu.	0,695	0,361	Valid
4	P14	Menurut saya, karyawan memberikan informasi yang jelas ketika ditanya mengenai produk atau layanan.	0,718	0,361	Valid
5	P15	Menurut saya, waktu pelayanan di kasir cukup cepat dan tidak membuat saya menunggu lama.	0,734	0,361	Valid

No	Item	Assurance	R hitung	R tabel	Ket
1	P16	Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam memberikan rasa aman dan nyaman saat saya berbelanja.	0,650	0,361	Valid
2	P17	Menurut saya, saya merasa yakin terhadap kemampuan karyawan dalam melayani konsumen.	0,874	0,361	Valid
3	P18	Menurut saya, karyawan menjelaskan informasi produk dengan jelas dan mudah dipahami.	0,783	0,361	Valid
4	P19	Menurut saya, saya percaya terhadap kualitas produk yang dijual di Minimarket Koperasi Polibatam.	0,495	0,361	Valid
5	P20	Menurut saya, pelayanan yang diberikan mencerminkan sikap profesional dari karyawan.	0,450	0,361	Valid
No	Item	Empathy	R hitung	R tabel	Ket
1	P21	Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam memberikan perhatian terhadap kebutuhan saya saat berbelanja.	0,678	0,361	Valid
2	P22	Menurut saya, karyawan melayani saya dengan ramah dan sopan.	0,687	0,361	Valid
3	P23	Menurut saya, saya merasa didengarkan dan diperhatikan oleh karyawan Minimarket Koperasi Polibatam.	0,813	0,361	Valid
4	P24	Menurut saya, karyawan bersedia membantu saya mencari produk yang dibutuhkan.	0,733	0,361	Valid
5	P25	Menurut saya, Minimarket Koperasi Polibatam memperhatikan kenyamanan konsumen selama berada di area belanja.	0,710	0,361	Valid

Sumber: Data olahan penulis menggunakan SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 4, seluruh item pada skala persepsi juga dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361). Artinya, pernyataan yang digunakan sudah mampu mengukur persepsi konsumen dengan baik.

Tabel 4 :Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Persepsi Pelanggan

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	25

Sumber: Data olahan penulis menggunakan SPSS (2026)

Hasil uji reliabilitas pada tabel 5 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,951. Nilai ini menandakan bahwa pernyataan penelitian memiliki tingkat konsistensi yang sangat tinggi, sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya.

Tabel 5: Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Harapan Pelanggan

Cronbach's Alpha	N of Items
.982	25

Sumber: Data olahan penulis menggunakan SPSS (2026)

Pada tabel 6, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,982 juga menunjukkan bahwa pernyataan pada skala harapan sangat reliabel. Artinya, seluruh pernyataan konsisten dalam mengukur harapan konsumen.

Tabel 6: Hasil Analisis GAP

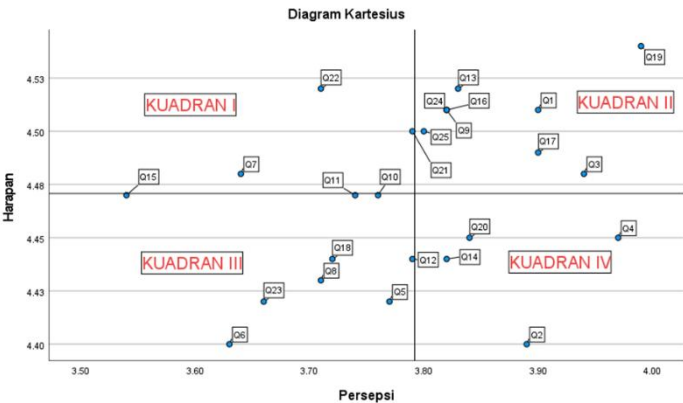
Kode	Pernyataan	Persepsi	Harapan	GAP
Tangibles	Q1 Menurut saya, kondisi ruangan Minimarket Koperasi Polibatam bersih untuk berbelanja.	3,90	4,51	-0,61
	Q2 Menurut saya, penataan barang di Minimarket Koperasi Polibatam mudah dijangkau oleh konsumen.	3,89	4,40	-0,51
	Q3 Menurut saya, fasilitas yang tersedia di Minimarket Koperasi Polibatam mendukung kenyamanan saat berbelanja.	3,94	4,48	-0,54
	Q4 Menurut saya, penampilan karyawan Minimarket Koperasi Polibatam terlihat rapi dan sopan.	3,97	4,45	-0,48
	Q5 Menurut saya, fasilitas kasir dan sistem pembayaran berfungsi dengan baik.	3,77	4,42	0,65
Reliability	Q6 Menurut saya, Minimarket Koperasi Polibatam menyediakan barang yang dibutuhkan secara konsisten.	3,63	4,40	-0,77
	Q7 Menurut saya, harga barang yang tertera sesuai dengan harga yang dibayarkan di kasir.	3,64	4,48	-0,84
	Q8 Menurut saya, proses transaksi pembelian dilakukan dengan benar tanpa kesalahan.	3,71	4,43	-0,72
	Q9 Menurut saya, pelayanan yang diberikan Minimarket Koperasi Polibatam sesuai dengan prosedur yang berlaku.	3,82	4,51	-0,69
	Q10 Menurut saya, pelayanan Minimarket Koperasi Polibatam dapat diandalkan oleh konsumen.	3,76	4,47	-0,71
Responsiveness	Q11 Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam segera memberikan tanggapan ketika saya menyampaikan pertanyaan atau keluhan.	3,74	4,47	-0,73
	Q12 Menurut saya, karyawan segera membantu ketika saya mengalami kendala saat berbelanja.	3,79	4,44	-0,65
	Q13 Menurut saya, karyawan memberikan pelayanan dengan sigap dan tepat waktu.	3,83	4,52	-0,69
	Q14 Menurut saya, karyawan memberikan informasi yang jelas ketika ditanya mengenai produk atau layanan.	3,82	4,44	-0,62
	Q15 Menurut saya, waktu pelayanan di kasir cukup cepat dan tidak membuat saya menunggu lama.	3,54	4,47	-0,93
Assurance	Q16 Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam memberikan rasa aman dan nyaman saat saya berbelanja.	3,82	4,51	-0,69
	Q17 Menurut saya, saya merasa yakin terhadap kemampuan karyawan dalam melayani konsumen.	3,90	4,49	-0,58
	Q18 Menurut saya, karyawan menjelaskan informasi produk dengan jelas dan mudah dipahami.	3,72	4,44	-0,72
	Q19 Menurut saya, saya percaya terhadap kualitas produk yang dijual di Minimarket Koperasi Polibatam.	3,99	4,54	-0,55
	Q20 Menurut saya, pelayanan yang diberikan mencerminkan sikap profesional dari karyawan.	3,84	4,45	-0,61

Kode	Pernyataan	Persepsi	Harapan	GAP
Empathy	Q21 Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam memberikan perhatian terhadap kebutuhan saya saat berbelanja.	3,79	4,50	-0,71
	Q22 Menurut saya, karyawan melayani saya dengan ramah dan sopan.	3,71	4,52	-0,81
	Q23 Menurut saya, saya merasa didengarkan dan diperhatikan oleh karyawan Minimarket Koperasi Polibatam.	3,66	4,42	-0,76
	Q24 Menurut saya, karyawan bersedia membantu saya mencari produk yang dibutuhkan.	3,82	4,51	-0,69
	Q25 Menurut saya, Minimarket Koperasi Polibatam memperhatikan kenyamanan konsumen selama berada di area belanja.	3,80	4,50	-0,70

Sumber: Diolah oleh Penulis (2026)

Berdasarkan tabel 7, seluruh atribut memiliki nilai gap negatif, ini berarti pelayanan yang dirasakan konsumen masih berada di bawah harapan mereka.

Gap terbesar terdapat pada kecepatan pelayanan di kasir (Q15), yang menunjukkan bahwa aspek ini menjadi masalah utama. Sementara itu, gapterkecil terdapat pada penampilan karyawan (Q4), yang berarti aspek ini sudah relatif baik dibandingkana yang lain.



Gambar 2: Diagram Kartesius Hasil dari Kinerja Perusahaan dan Harapan Pelanggan

Berdasarkan diagram kartesius, terlihat bahwa atribut pelayanan tersebar ke dalam empat kuadran. Setiap kuadran menunjukkan tingkat kepentingan dan kinerja dari masing-masing atribut.

Atribut yang berada di Kuadran I menjadi perhatian utama karena dianggap penting oleh konsumen, tetapi kinerjanya masih rendah, sehingga perlu segera diperbaiki (Yaqin & Pusakaningwati, 2023).

Tabel 7 : Rekapitulasi Skor Rata-Rata dan Gap (P-E)

Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP	Ket
Tangibles	3,89	4,45	-0,56	Belum memuaskan
Reliability	3,71	4,46	-0,75	Belum memuaskan
Responsiveness	3,77	4,47	-0,70	Belum memuaskan
Assurance	3,85	4,49	-0,64	Belum memuaskan
Empathy	3,76	4,49	-0,73	Belum memuaskan

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2026)

Berdasarkan tabel rekapitulasi, seluruh dimensi memiliki nilai gap negatif. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang dirasakan konsumen masih berada di bawah harapan. Dimensi dengan gap terbesar terdapat pada *reliability*, sedangkan gap terkecil terdapat pada *tangibles*. Artinya, aspek keandalan menjadi bagian yang paling perlu diperhatikan dalam peningkatan kualitas pelayanan.

Tabel 8: Tabel Pengelompokan Kuadran Diagram Kartesius

Kode	Pernyataan	Status
Tangibles	Q1 Menurut saya, kondisi ruangan Minimarket Koperasi Polibatam bersih untuk berbelanja.	Kuadran II
	Q2 Menurut saya, penataan barang di Minimarket Koperasi Polibatam mudah dijangkau oleh konsumen.	Kuadran IV
	Q3 Menurut saya, fasilitas yang tersedia di Minimarket Koperasi Polibatam mendukung kenyamanan saat berbelanja.	Kuadran II
	Q4 Menurut saya, penampilan karyawan Minimarket Koperasi Polibatam terlihat rapi dan sopan.	Kuadran IV
	Q5 Menurut saya, fasilitas kasir dan sistem pembayaran berfungsi dengan baik.	Kuadran III
Reliability	Q6 Menurut saya, Minimarket Koperasi Polibatam menyediakan barang yang dibutuhkan secara konsisten.	Kuadran III
	Q7 Menurut saya, harga barang yang tertera sesuai dengan harga yang dibayarkan di kasir.	Kuadran I
	Q8 Menurut saya, proses transaksi pembelian dilakukan dengan benar tanpa kesalahan.	Kuadran III
	Q9 Menurut saya, pelayanan yang diberikan Minimarket Koperasi Polibatam sesuai dengan prosedur yang berlaku.	Kuadran II
	Q10 Menurut saya, pelayanan Minimarket Koperasi Polibatam dapat diandalkan oleh konsumen.	Kuadran I
Responsiveness	Q11 Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam segera memberikan tanggapan ketika saya menyampaikan pertanyaan atau keluhan.	Kuadran I
	Q12 Menurut saya, karyawan segera membantu ketika saya mengalami kendala saat berbelanja.	Kuadran IV

Tabel 9 : Atribut Prioritas Perbaikan

Kode	Pernyataan	Status
Q13	Menurut saya, karyawan memberikan pelayanan dengan sigap dan tepat waktu.	Kuadran II
	Menurut saya, karyawan memberikan informasi yang jelas ketika ditanya mengenai produk atau layanan.	Kuadran IV
	Menurut saya, waktu pelayanan di kasir cukup cepat dan tidak membuat saya menunggu lama.	Kuadran I
Assurance	Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam memberikan rasa aman dan nyaman saat saya berbelanja.	Kuadran II
	Menurut saya, saya merasa yakin terhadap kemampuan karyawan dalam melayani konsumen.	Kuadran II
	Menurut saya, karyawan menjelaskan informasi produk dengan jelas dan mudah dipahami.	Kuadran III
	Menurut saya, saya percaya terhadap kualitas produk yang dijual di Minimarket Koperasi Polibatam.	Kuadran II
	Menurut saya, pelayanan yang diberikan mencerminkan sikap profesional dari karyawan.	Kuadran IV
	Menurut saya, karyawan Minimarket Koperasi Polibatam memberikan perhatian terhadap kebutuhan saya saat berbelanja.	Kuadran II
Empathy	Menurut saya, karyawan melayani saya dengan ramah dan sopan.	Kuadran I
	Menurut saya, saya merasa didengarkan dan diperhatikan oleh karyawan Minimarket Koperasi Polibatam.	Kuadran III
	Menurut saya, karyawan bersedia membantu saya mencari produk yang dibutuhkan.	Kuadran II
	Menurut saya, Minimarket Koperasi Polibatam memperhatikan kenyamanan konsumen selama berada di area belanja.	Kuadran II

Sumber: Diolah Oleh Penulis (2026)

Berdasarkan analisis *IPA*, atribut pada Kuadran I perlu menjadi prioritas utama karena penting namun kinerjanya masih rendah dan berpengaruh pada kepuasan konsumen.

Atribut pada Kuadran II sudah baik dan perlu dipertahankan, sedangkan Kuadran III bukan prioritas utama meskipun tetap perlu diperhatikan. Sementara itu, Kuadran IV menunjukkan kinerja sudah baik namun tingkat kepentingannya rendah.

Secara umum, hasil ini membantu menentukan fokus perbaikan agar kualitas pelayanan lebih sesuai dengan harapan konsumen.

Kode		Pernyataan	Status
Reliability	Q7	Harga barang yang tertera sesuai dengan harga yang dibayarkan di kasir.	Kuadran I
Reliability	Q10	Pelayanan Minimarket Koperasi Polibatam dapat diandalkan oleh konsumen.	Kuadran I
Responsiveness	Q11	Karyawan Minimarket Koperasi Polibatam segera memberikan tanggapan ketika saya menyampaikan pertanyaan atau keluhan.	Kuadran I
Responsiveness	Q15	Waktu pelayanan di kasir cukup cepat dan tidak membuat saya menunggu lama.	Kuadran I
Empathy	Q22	Karyawan melayani saya dengan ramah dan sopan.	Kuadran I

Sumber: Diolah oleh Penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 10, terdapat beberapa atribut yang masuk dalam Kuadran I, yaitu kesesuaian harga (Q7), keandalan pelayanan (Q10), ketanggapan karyawan (Q11), kecepatan pelayanan di kasir (Q15), serta keramahan karyawan (Q22).

Atribut-atribut ini menjadi prioritas utama karena sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, tetapi kinerjanya masih belum optimal.

Tabel 10: Tabel Perhitungan Customer Satisfaction Index (CSI)

No	Atribut	Tingkat Harapan		Tingkat Persepsi		WF	WS	CSI
		Jumlah Nilai	Nilai MIS	Jumlah Nilai	Nilai MSS			
Tangibles (Bukti Fisik)								
1	Kondisi ruangan Minimarket Koperasi Polibatam bersih untuk berbelanja.	451	4,51	390	3,90	0,0403	0,1572	75,84%
2	Penataan barang di Minimarket Koperasi Polibatam mudah dijangkau oleh konsumen.	440	4,40	389	3,89	0,0394	0,1533	
3	Fasilitas yang tersedia di Minimarket Koperasi Polibatam mendukung kenyamanan saat berbelanja.	448	4,48	394	3,94	0,0401	0,1580	
4	Penampilan karyawan Minimarket Koperasi Polibatam terlihat rapi dan sopan.	445	4,45	397	3,97	0,0398	0,1580	
5	Fasilitas kasir dan sistem pembayaran berfungsi dengan baik.	442	4,42	377	3,77	0,0395	0,1490	
Reliability (Keandalan)								
6	Minimarket Koperasi Polibatam menyediakan barang yang dibutuhkan secara konsisten.	440	4,40	363	3,63	0,0394	0,1430	75,84%
7	Harga barang yang tertera sesuai dengan harga yang dibayarkan di kasir.	448	4,48	364	3,64	0,0401	0,1460	
8	Proses transaksi pembelian dilakukan dengan benar tanpa kesalahan.	443	4,43	371	3,71	0,0396	0,1470	
9	Pelayanan yang diberikan Minimarket Koperasi Polibatam sesuai dengan prosedur yang berlaku.	451	4,51	382	3,82	0,0403	0,1540	

No	Atribut	Tingkat Harapan		Tingkat Persepsi		WF	WS	CSI
		Jumlah Nilai	Nilai MIS	Jumlah Nilai	Nilai MSS			
10	Pelayanan Minimarket Koperasi Polibatam dapat diandalkan oleh konsumen.	447	4,47	376	3,76	0,0400	0,1504	
Responsiveness (Daya Tanggap)								
11	Karyawan Minimarket Koperasi Polibatam segera memberikan tanggapan ketika saya menyampaikan pertanyaan atau keluhan.	447	4,47	374	3,74	0,0400	0,1496	75,84%
12	Karyawan segera membantu ketika saya mengalami kendala saat berbelanja.	444	4,44	379	3,79	0,0397	0,1505	
13	Karyawan memberikan pelayanan dengan sigap dan tepat waktu.	452	4,52	383	3,83	0,0404	0,1547	
14	Karyawan memberikan informasi yang jelas ketika ditanya mengenai produk atau layanan.	444	4,44	382	3,82	0,0397	0,1517	
15	Waktu pelayanan di kasir cukup cepat dan tidak membuat saya menunggu lama.	447	4,47	354	3,54	0,0400	0,1416	
Assurance (Jaminan)								
16	Karyawan Minimarket Koperasi Polibatam memberikan rasa aman dan nyaman saat saya berbelanja.	451	4,51	382	3,82	0,0403	0,1540	75,84%
17	Saya merasa yakin terhadap kemampuan karyawan dalam melayani konsumen.	449	4,49	390	3,90	0,0403	0,1572	
18	Karyawan menjelaskan informasi produk dengan jelas dan mudah dipahami.	444	4,44	372	3,72	0,0397	0,1477	
19	Saya percaya terhadap kualitas produk yang dijual di Minimarket	454	4,54	399	3,99	0,0406	0,1620	
20	Pelayanan yang diberikan mencerminkan sikap profesional dari karyawan.	445	4,45	384	3,84	0,0398	0,1528	
Empathy (Empati)								
21	Karyawan Minimarket Koperasi Polibatam memberikan perhatian terhadap kebutuhan saya saat berbelanja.	450	4,50	379	3,79	0,0403	0,1527	75,84%

No	Atribut	Tingkat Harapan		Tingkat Persepsi		WF	WS	CSI
		Jumlah Nilai	Nilai MIS	Jumlah Nilai	Nilai MSS			
22	Karyawan melayani saya dengan ramah dan sopan.	452	4,52	371	3,71	0,0404	0,1499	
23	Saya merasa didengarkan dan diperhatikan oleh karyawan Minimarket Koperasi Polibatam.	442	4,42	366	3,66	0,0395	0,1446	
24	karyawan bersedia membantu saya mencari produk yang dibutuhkan.	451	4,51	382	3,82	0,0403	0,1540	
25	Minimarket Koperasi Polibatam memperhatikan kenyamanan konsumen selama berada di area belanja.	450	4,50	380	3,80	0,0403	0,1531	

Sumber: Diolah oleh penulis (2026)

Berdasarkan tabel 11, diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index (CSI)* sebesar 75,84% yang termasuk dalam kategori puas. Ini menunjukkan bahwa secara umum konsumen sudah merasa cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Namun demikian, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan agar tingkat kepuasan bisa menjadi lebih optimal (Debora et al. 2023).

Pembahasan

1. Analisis Kualitas Pelayanan berdasarkan SERVQUAL

1.1 Tangibles (Bukti Fisik)

Berdasarkan hasil penelitian, temuan pada dimensi *tangibles* menunjukkan bahwa kondisi fisik pelayanan di Minimarket Koperasi Polibatam secara umum telah dinilai cukup baik oleh konsumen, namun masih belum sepenuhnya memenuhi harapan. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek fisik seperti kebersihan, kerapian, fasilitas bukan menjadi permasalahan utama, melainkan lebih kepada konsistensi dalam menjaga kualitas tersebut, terutama pada kondisi tertentu seperti saat minimarket ramai.

Jika dikaitkan dengan teori kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2022), bukti fisik merupakan elemen yang dapat memberikan kesan awal terhadap kualitas layanan. Dalam penelitian ini, meskipun kesan awal sudah cukup baik, namun belum mampu memberikan pengalaman yang konsisten sesuai harapan konsumen.

Dibandingkan dengan penelitian Sulistyio (2022), temuan ini menunjukkan kesamaan bahwa aspek fisik umumnya sudah berada pada tingkat kesenjangan yang lebih besar dalam penelitian ini, yang kemungkinan disebabkan oleh tingginya ekspektasi konsumen terhadap kenyamanan

fasilitas. Dengan demikian, dapat diinterpretasikan bahwa konsumen tidak hanya menilai kondisi fisik secara umum, tetapi juga mengharapkan kualitas yang stabil dalam berbagai situasi.

1.2 Reliability (Keandalan)

Berdasarkan hasil penelitian, temuan pada dimensi *reliability* menunjukkan bahwa konsumen masih merasakan ketidaksesuaian dalam hal konsistensi pelayanan, khususnya terkait ketersediaan barang dan kesesuaian harga. Hal ini mencerminkan bahwa keandalan pelayanan belum sepenuhnya terbentuk secara optimal.

Menurut Parasuraman et al. (1988), *reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara akurat dan dapat dipercaya. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketika konsumen masih menemukan ketidaksesuaian, seperti perbedaan harga atau ketersediaan barang yang tidak konsisten, maka tingkat kepercayaan terhadap layanan akan menurun.

Jika dibandingkan dengan penelitian oleh Sulistyio et al. (2022) yang dilakukan di Indomart, nilai gap pada penelitian yang dilakukan di Minimarket Koperasi Polibatam terlihat lebih besar. Hal ini bisa diartikan bahwa konsumen di Minimarket Koperasi Polibatam memiliki ekspektasi yang cukup tinggi terhadap konsistensi pelayanan. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh karakteristik konsumen yang lebih kritis atau frekuensi interaksi yang lebih tinggi, sehingga ketidaksesuaian kecil pun menjadi lebih terasa.

1.3 Responsiveness (Daya Tanggap)

Berdasarkan hasil penelitian, pada dimensi *responsiveness* menunjukkan bahwa kecepatan dan ketanggapan pelayanan masih menjadi sumber utama ketidakpuasan konsumen, terutama pada proses transaksi di kasir. Hal ini sejalan dengan konsep *responsiveness* yang menekankan pentingnya kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat.

Di lapangan, pelayanan cenderung kurang optimal saat kondisi ramai, sehingga konsumen harus menunggu lebih lama. Dibandingkan dengan penelitian Sulistyio (2022), gap pada penelitian ini lebih besar, sehingga menunjukkan bahwa masalah kecepatan pelayanan di Minimarket Koperasi Polibatam lebih signifikan. Kondisi ini diduga dipengaruhi oleh keterbatasan jumlah karyawan dan tingginya jumlah pengunjung, yang didukung oleh temuan Saputra (2023) bahwa kecepatan pelayanan menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan konsumen.

1.4 Assurance (Jaminan)

Temuan pada dimensi *assurance* menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen terhadap produk sudah cukup baik, namun belum diikuti dengan kualitas komunikasi dan interaksi pelayanan. Hal ini sesuai dengan konsep *assurance* yang menekankan pentingnya kemampuan karyawan dalam memberikan rasa aman dan keyakinan kepada konsumen (Kotler & Keller, 2016).

Kondisi di lapangan, konsumen umumnya tidak meragukan produk, namun penjelasan karyawan seringkali kurang jelas dan pelayanan menjadi kurang optimal saat kondisi ramai. Dibandingkan dengan Sulisty (2022), gap pada Minimarket Koperasi Polibatam lebih besar, sehingga belum sepenuhnya mendukung penelitian sebelumnya. Perbedaan ini diduga karena komunikasi karyawan yang belum konsisten, yang juga sejalan dengan Saputra & Rosihan (2023) bahwa komunikasi berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen.

1.5 Empathy (Empati)

Berdasarkan hasil perhitungan *SERVQUAL* pada dimensi *empathy*, menunjukkan bahwa perhatian dan kepedulian terhadap konsumen belum sepenuhnya sesuai harapan.

Kondisi di lapangan, pelayanan sudah cukup baik, namun perhatian belum konsisten, terutama saat kondisi ramai. Jika dibandingkan dengan penelitian Sulisty et al. (2022), gap pada Minimarket Koperasi Polibatam lebih besar, sehingga menunjukkan bahwa aspek empati masih perlu ditingkatkan. Temuan ini juga sejalan dengan Yaqin & Pusakaningwati (2023) yang menyebutkan bahwa emosi menjadi faktor penting dalam kualitas pelayanan.

Oleh karena itu, peningkatan perhatian, komunikasi, dan sikap ramah karyawan perlu dilakukan agar kepuasan konsumen dapat meningkat.

1.6 Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Hasil analisis *IPA* menunjukkan bahwa terdapat beberapa atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun kinerjanya masih rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa atribut tersebut memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen.

Temuan ini sejalan dengan teori Martilla dan James (1977), yang menyatakan bahwa atribut

yang berada pada Kuadran I harus menjadi fokus utama dalam perbaikan layanan. Dalam penelitian ini, atribut yang berkaitan dengan kecepatan pelayanan, kesesuaian harga, dan keramahan karyawan menjadi perhatian utama.

Jika dibandingkan dengan penelitian Sulisty (2022), jumlah atribut pada kuadran prioritas pada Minimarket Koperasi Polibatam ini cenderung lebih banyak tersebar di beberapa dimensi. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan pelayanan di Minimarket Koperasi Polibatam tidak hanya terfokus pada satu aspek, tetapi bersifat lebih menyeluruh. Oleh karena itu, strategi peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara komprehensif agar dapat memenuhi harapan konsumen secara optimal.

Secara lebih spesifik, atribut kecepatan pelayanan di kasir (Q15) menjadi salah satu atribut yang memiliki nilai gap terbesar berdasarkan analisis *SERVQUAL*, serta berada pada Kuadran I dalam analisis IPA. Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan merupakan aspek yang sangat penting bagi konsumen, namun kinerjanya masih belum memenuhi harapan. Kondisi tersebut juga berdampak pada Customer Satisfaction Index (CSI) yang berada pada kategori puas, namun belum optimal. Dengan demikian, atribut Q15 dapat diidentifikasi sebagai faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen, sehingga perbaikan pada aspek ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

1.7 Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)* menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen berada pada kategori puas. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum pelayanan yang diberikan sudah mampu memenuhi harapan konsumen, meskipun belum mencapai tingkat yang maksimal.

Menurut Irawan (2003), nilai *CSI* pada rentang 66%-80% termasuk dalam kategori puas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun masih terdapat kesenjangan pada beberapa atribut, konsumen tetap dapat menerima kualitas pelayanan yang diberikan.

Jika dibandingkan dengan penelitian Sulisty (2022), tingkat kepuasan pada Minimarket Koperasi Polibatam ini masih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Minimarket Koperasi Polibatam masih memiliki ruang untuk ditingkatkan. Kondisi ini

kemungkinan dipengaruhi oleh adanya beberapa atribut dengan kinerja yang masih rendah, sehingga mempengaruhi persepsi konsumen secara keseluruhan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu difokuskan pada atribut yang memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan, sehingga dapat mendorong peningkatan nilai *CSI* secara keseluruhan.

Kesimpulan:

Kualitas pelayanan di Minimarket Koperasi Polibatam secara umum belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen, yang terlihat dari seluruh atribut memiliki nilai gap negatif. Hal ini menunjukkan masih adanya perbedaan antara harapan dan pelayanan yang dirasakan.

Dari lima dimensi *SERVQUAL*, aspek yang paling perlu diperhatikan adalah *responsiveness* dan *reliability*, terutama pada kecepatan pelayanan di kasir, kesesuaian harga, dan konsistensi ketersediaan barang. Sementara itu, dimensi tangibles, assurance, dan empathy sudah dinilai cukup baik, namun belum ampu memenuhi harapan secara maksimal.

Hasil *Importance Performance Analysis (IPA)* menunjukkan bahwa atribut seperti kecepatan pelayanan, keandalan pelayanan, dan sikap karyawan menjadi prioritas utama untuk diperbaiki karena tingkat kepentingannya tinggi tetapi kinerjanya masih rendah (Simanjuntak & Pratiwi, 2024).

Di sisi lain, nilai *CSI* berada pada kategori puas, yang berarti secara keseluruhan pelayanan sudah cukup baik dan dapat diterima oleh konsumen, meskipun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan agar lebih sesuai dengan

Implikasi Penelitian:

Penelitian ini memberikan implikasi teoretis dan praktis. Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat konsep *SERVQUAL* bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kesenjangan antara harapan dan persepsi. Temuan gap negatif pada seluruh atribut menunjukkan bahwa konsep ini masih relevan untuk mengukur kualitas pelayanan, khususnya pada sektor ritel. Selain itu, metode *IPA* dan *CSI* membantu memberikan gambaran yang lebih jelas terkait prioritas perbaikan dan tingkat kepuasan konsumen.

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi Minimarket Koperasi Polibatam. Aspek yang perlu diperbaiki meliputi kecepatan pelayanan, kesesuaian harga, serta sikap dan ketanggapan karyawan. Oleh karena itu, manajemen perlu meningkatkan efisiensi pelayanan di kasir, memastikan konsistensi harga, serta meningkatkan kemampuan pelayanan karyawan. Perbaikan ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Saran:

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan.

Pihak Minimarket Koperasi Polibatam disarankan meningkatkan kecepatan pelayanan di kasir, terutama pada saat kondisi ramai, misalnya dengan menambah jumlah karyawan atau mengatur sistem antrian secara lebih efektif. Selain itu, perusahaan perlu memastikan kesesuaian harga antara yang tertera di rak dan saat pembayaran di kasir, serta menjaga ketersediaan barang agar tetap konsisten guna meningkatkan kepercayaan konsumen.

Di sisi lain, peningkatan kualitas sumber daya manusia juga perlu diperhatikan, khususnya dalam hal ketanggapan, komunikasi, dan sikap empati karyawan, sehingga konsumen dapat merasa lebih diperhatikan dan nyaman saat berbelanja. Meskipun kondisi fisik minimarket sudah dinilai cukup baik, perusahaan tetap perlu menjaga kebersihan dan kenyamanan secara konsisten, terutama ketika jumlah pengunjung meningkat.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melibatkan jumlah responden yang lebih luas serta menambahkan variabel lain agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Sulistyo, A. B., Rafauzi, I., & Wijaya, H. (2022) Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Indomart dengan Metode *Servqual dan Importance Performance Analysis (IPA)*. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri*. 6(2), 95-106. DOI 10.35194/jmts.v6i2.1938.
- Agung, A. G., & Setiawati, M. (2024) Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode *Service Quality* Pada Pindadmart. *Journal of Social Science Research*. 4(4), 6529-6539. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Parasuraman, A. & Zeithaml, V. A., & Berry L. L. (1998) *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality*. *Journal of Retailing*. 64(1). 12-40.
- 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)
- Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.
- Yaqin, A. A. & Pusakaningwati, A. (2023) Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode *Servqual dan Importance Performance Analysis* di Cv. Nugraha Cipta Raharja. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*. 3(1). 123-136

- Tjiptono, F. & Diana, A. (2022) Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan.
- Ariani, W. (2009) Manajemen Operasi Jasa.
- Debora, F., Fasa, N., Sudrajat, H. A., & Apriliani, A. (2023) *Analysis of Service Quality on Lestari Seseheran SME Customer Satisfaction with the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) Methods*. IJEM (Indonesian Journal of Industrial Engineering & Management). 4(1). 78-86
- Trivani, O. J., Hamzah, M. L., Zarnelly, & Anofrizen (2025) *Analysis of Service Quality On User Satisfaction Using The E-Servqual, Ipa And Csi Methods*. Jurnal Inovtek Polbeng - Seri Informatika. 10(1). 250-261.
- Simanjuntak, M. & Pratiwi, I. (2024) *Service Quality Improvement Strategy Using An Importance-Performance Analysis Approach*. Maker: Jurnal Manajemen. 10(2). 231-245.
- Vidyanto, Bertus, B. N., Krisnasari, S., & Napirah, M. R. (2023) *Analysis of Satisfaction Levels of Patients on Service Quality with The Importance Performance Analysis (IPA) Method*. Journal of Health and Nutrition Research. 2(3). 109-119.
<https://doi.org/10.56303/jhnresearch.v2i3.207>
- Budi Utami, S. P., Maarif, M. S., & Simanjuntak, M. (2022). *Strategy for Increasing Consumer Satisfaction of Hospital Services Using Importance-Performance Analysis (IPA) Approach* Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, 8(2), 383–392.
<https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.383>
- Rizaldy, W., Irenita, N., Marcella, L. A., & Anderu, N. M. (2023) *Customer Satisfaction Analysis on Air Cargo Handling Using the Servqual Approach at PT XYZ*. advances in Transportation and Logistics Research <http://proceedings.itltrisakti.ac.id/index.php/altr>
- Hidayat, D. F., Tosungku, L. O. A. S., & Fathimahhayati, L. D. (2023) Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus: PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur). Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah. 9(1). 167-176.
- Lwanga, S. K., & Lemeshow, S. (1991). *Sample size determination in health studies: A practical manual*. Geneva: World Health Organization.
- Imam Ghazali (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis (7th ed.). Pearson Education.
- <https://www.researchgate.net/publication/29222396> (100-104)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- PTeti, Hesti, Dwi (2023). Harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (ShopeeFood/GrabFood) pada mahasiswa STIE "YKP" Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Aset*, 25(1).
- PYayan, Wilda (2022). Analisis perilaku konsumen dalam memutuskan minimarket sebagai tempat berbelanja. *Jurnal REKAVASI*, 10(1), 45–55.
- Damanik D. P., Lubis, A. N., & Siahaan, E. (2023). Pengaruh dimensi servqual terhadap customer satisfaction pada Supermarket Maju Bersama Medan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*.
- Caniago, dkk. (2022). Kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen pada UMKM di Jakarta (Studi kasus pembelian melalui Shopee). *Responsive: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora dan Kebijakan Publik*, 5(1).

LAMPIRAN (Wajib)

<https://drive.google.com/drive/folders/1mMww-I-tdmLu8wfpLnPfOjM5xeMlx5hN>