

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Kepuasan pelanggan dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan penilaian. PT. Sari pati membutuhkan suatu aplikasi kepuasan pelanggan menampilkan kuesioner yang akan diisi oleh pelanggan untuk mengetahui kualitas jasa yang diberikan apakah pelanggan puas atau tidak puas dan penulis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dalam membandingkan kinerja karyawan dan harapan pelanggan. Menurut Algifari (2016) tujuan utama *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah sebagai alat diagnosis untuk memudahkan mengidentifikasi atribut-atribut yang didasarkan pada kepentingan masing-masing, apakah produk atau jasa tersebut berkinerja buruk atau berkinerja berlebih. Dengan menerapkan metode *Importance Performance Analysis* berbasis web dengan menganalisis tiap-tiap dimensi yang akan dijadikan pertanyaan pada kuesioner yang dapat disajikan oleh Cerah Laundry adalah strategi dimensi kualitas jasa yang meliputi Reliabilitas (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), Bukti fisik (*tangibles*). Melalui strategi ini akan diketahui dimensi-dimensi apa saja yang mempengaruhi harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak PT. Sari pati.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, PT. Sari Pati, *Importance Performace Analysis*.