

ABSTRAK

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Kepuasan konsumen dapat diciptakan melalui kualitas pelayanan dan penilaian. Supermart merupakan perusahaan ini bekerja di industri toko elektronik. Supermart Phone menjual eceran komputer, unit perferal, perangkat lunak dan peralatan telekomunikasi di toko khusus. Supermart phone sangat membutuhkan aplikasi penilaian konsumen untuk menentukan kualitas pelayanan jasa yang dipasarkan perusahaan tersebut. Pada penelitian ini supermart phone membutuhkan suatu aplikasi kepuasan konsumen menampilkan kuesioner yang akan diisi oleh konsumen untuk mengetahui kualitas jasa yang diberikan apakah konsumen puas atau tidak puas dan penulis menggunakan metode Importance Performance Analysis dalam membandingkan kinerja karyawan dan harapan konsumen. 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 Supermart Phone adalah strategi dimensi kualitas jasa yang meliputi Reliabilitas (reliability), Daya tanggap (responssiveness), Jaminan (assurance), Empati (empathy), Bukti fisik (tangibles). Melalui strategi ini akan diketahui dimensi-dimensi apa saja yang mempengaruhi harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh pihak Supermart Phone.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Supermart Phone, Importance Perfornace Analysis.