

Penentuan Prioritas Usulan Perbaikan Kualitas Layanan Pengguna Aplikasi Ruangguru dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*

Tri Arif Tianto^{*1}, Eko Pujiyanto², dan Taufiq Rochman³

^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret

Jl. Ir Sutami No.36A, Kentingan, Kec. Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57126

Email: triariftianto123@gmail.com¹, ekopujiyanto@staff.uns.ac.id², taufiqrochman@staff.uns.ac.id³

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi memunculkan paradigma baru dalam proses pembelajaran di mana prosesnya tidak hanya sebatas kegiatan pembelajaran tatap muka di dalam kelas tetapi juga dapat dilakukan secara *online*. Sistem pembelajaran ini dikenal dengan pembelajaran elektronik atau lebih dikenal dengan *e-learning*. Salah satu aplikasi yang menyediakan pembelajaran berbasis *e-learning* yang ada di Indonesia adalah Ruangguru. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui atribut yang menjadi prioritas untuk dilakukan perbaikan pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas konsumen. Maka peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan metode *Service Quality (Servqual)* dan *Importance-Performance Analysis (IPA)*. Hasil kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 5 dimensi dan 17 atribut. Metode *servqual* digunakan untuk mengidentifikasi kualitas jasa sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan atas layanan yang pelanggan terima. *Importance Performance Analysis* digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut. Di mana Metode IPA memiliki tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa, yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*. Pada *diagram analysis* tidak terdapat atribut yang masuk ke dalam kuadran A (prioritas utama). Sedangkan pada kuadran B (pertahankan prestasi) terdapat 8 atribut. Pada kuadran C (prioritas rendah) terdapat 6 atribut, Sedangkan pada kuadran terakhir yaitu kuadran D (berlebihan) terdapat 3 atribut yang masuk pada kuadran ini.

Kata kunci: *Importance Performance Analysis, Ruangguru, Servqual*

Abstract

The development of information technology raises a new paradigm in the learning process where the process is limited to face-to-face learning activities in the classroom and can also be done online. This learning system is known as electronic learning or better known as *e-learning*. One application that provides *e-learning*-based learning in Indonesia is Ruangguru. This study aims to determine the attributes that are priorities for service improvement, which, according to consumers, significantly affect customer satisfaction and loyalty. So the researchers conducted research using the *Service Quality (Servqual)* and *importance-performance analysis (IPA)* methods. The results of the questionnaire in this study consisted of 5 dimensions and 17 attributes. *Servqual* method is used to identify service quality as to how far the difference between reality and expectations for customers receive. The *Importance Performance Analysis* method is used to map the relationship between the importance and performance of each attribute offered and the gap between performance and expectations of these attributes. The IPA method aims to measure the relationship between consumer perceptions and priorities for improving product/service quality, which is also known as *quadrant analysis*. In the analysis diagram, there are no attributes that fall into quadrant A (priority). While in quadrant B (maintain achievement), there are 8 attributes. In quadrant C (low priority), there are 6 attributes. In contrast, in the last quadrant, quadrant D (excessive), 3 attributes are included in this quadrant.

Keywords: *Importance Performance Analysis, Ruangguru, Servqual*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin maju menyebabkan media elektronik digunakan dalam penyebaran berbagai informasi. Dalam bidang pendidikan, perkembangan teknologi informasi memunculkan paradigma baru dalam proses pembelajaran di mana prosesnya tidak hanya sebatas kegiatan pembelajaran tatap muka di dalam kelas tetapi

juga dapat dilakukan secara *online*. Sistem pembelajaran ini dikenal dengan pembelajaran elektronik atau lebih dikenal dengan *e-learning* (Ramayasa, 2015). *E-Learning* merupakan media berbasis teknologi pembelajaran, memungkinkan peserta untuk mengakses dan memperoleh layanan pembelajaran dengan menggunakan media internet (Valsamidis et al., 2011).

¹ Penulis korespondensi

Diterima 22 Juli 2022; Diterima dalam bentuk revisi 10 Maret 2022; Disetujui 3 Oktober 2022

Salah satu aplikasi yang menyediakan pembelajaran berbasis *e-learning* yang ada di Indonesia adalah Ruangguru. Ruangguru merupakan perusahaan teknologi penyedia layanan pendidikan berbasis *e-learning* terbesar di Indonesia yang didirikan oleh Belva Devara dan Iman Usman. Sejak dirilis tahun 2014 hingga April 2019, telah lebih dari 12 juta pengguna terdaftar. Salah satu produk andalan Ruangguru adalah ruang belajar yang menawarkan video pembelajaran beranimasi, latihan soal dan rangkuman berbentuk infografis serta *try out* persiapan ujian. Pada tahun 2018, juga menambah bidang *corporate learning* dengan menyediakan platform berbasis aplikasi yang dapat digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk menyelenggarakan *training online*.

Ruangguru hadir sebagai salah satu alternatif bimbingan *online* yang dapat diakses dengan mudah melalui *smartphone*. Beberapa fitur unggulan seperti ruang uji, ruang latihan, ruang video, ruang les *online*, *digital boot camp* dan *edumail* memungkinkan siswa untuk meng-upgrade kemampuan belajarnya sehingga diharapkan dapat mencapai hasil yang diinginkan (Syamsurijal, 2019). Akan tetapi terdapat beberapa keluhan yang dialami oleh para pengguna aplikasi Ruangguru. Berdasarkan hasil observasi pada komentar pengguna Ruangguru di *playstore*, beberapa pengguna Ruangguru cukup memiliki pengaruh positif dalam proses pembelajaran mereka. Namun, dalam penerapan aplikasi Ruangguru kepada siswa masih ada penilaian yang beragam terhadap aplikasi Ruangguru. Hal ini dikarenakan kondisi masyarakat yang berbeda-beda pada penerimaan suatu teknologi informasi yang diterapkan.

Hal ini tidak lepas dari suatu permasalahan yang ada pada aplikasi Ruangguru. Kebutuhan pengguna yang tidak terpenuhi dapat menurunkan kepuasan pengguna. Sementara, demi kesuksesan sistem informasi, kepuasan pengguna menjadi faktor utama (Calisir & Calisir, 2004). Respon kepuasan pelanggan terhadap produk adalah faktor yang bisa digunakan untuk dapat menilai bagaimana dalam menentukan tujuan perusahaan sekaligus juga agar dapat melihat kinerja dari produk. Menurut (Fornell, 1992) kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Dapat disimpulkan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pemakaian produk. Kepuasan pelanggan mewakili suatu fokus strategi terpusat untuk perusahaan yang berorientasi pelanggan diberbagai industri. Sentimen dari komentar yang diberikan pelanggan terhadap suatu produk dapat mencerminkan seberapa puasnya

pelanggan terhadap produk tersebut. Sehingga dapat diketahui seberapa besar kepuasan pelanggan setelah atau selama menggunakan produk tersebut.

Dalam menganalisa kepuasan konsumen terdapat beberapa metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Salah satunya adalah *service quality (servqual)*. Metode *servqual* merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kriteria-kriteria kualitas yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya berdasarkan *gap* yang terjadi antara persepsi dan ekspektasi pelanggan. Di antara berbagai model pengukuran kualitas pelayanan, *servqual* merupakan metode yang paling banyak digunakan karena frekuensi penggunaannya yang tinggi, *servqual* dipandang memenuhi syarat valid secara statistik (Mustofa et al., 2016).

Metode *Importance Performance Analysis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (Napitupulu, 2016) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal sebagai *quadrant analysis*. IPA digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi tentang faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitasnya, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu diperbaiki karena pada saat ini belum memuaskan.

Menurut Martilla & James (Kalijogo, 2019) metode IPA memiliki kelebihan dibandingkan dengan metode yang lain yaitu prosedur metode yang digunakan cukup sederhana, pengambil kebijakan dapat dengan mudah menentukan prioritas, dapat dilakukan dengan sumber daya yang terbatas dan metode IPA cukup fleksibel untuk diterapkan pada berbagai bidang. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh kepuasan pengguna aplikasi di Ruangguru. (Shofi et al., 2019) membahas bagaimana menganalisis aplikasi Ruangguru dengan cara mengidentifikasi, mengategorikan, dan memprioritaskan kebutuhan berdasarkan kepuasan pengguna aplikasi Ruangguru sehingga dapat mengurangi permasalahan pengguna, sehingga kualitasnya dapat meningkat dengan menggunakan metode *fuzzy-kano*. (Kemala et al., 2018) membahas bagaimana menganalisis kualitas website menggunakan pendekatan *Webqual 4.0* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk menggambarkan tingkat kualitas Ruangguru.

2. Metode Penelitian

Tahap identifikasi awal merupakan langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian ini. Adapun tahapan ini terdiri dari rumusan masalah, penetapan tujuan, batasan masalah, asumsi yang digunakan dalam

penelitian, studi literatur, identifikasi dimensi dan atribut, dan pembuatan kuesioner.

Tahap selanjutnya adalah pengumpulan dan pengolahan data dengan mengetahui populasi dan sampel, yaitu siswa SMP-SMA yang menggunakan aplikasi Ruangguru. Karena jumlah populasi tidak diketahui, menurut Hair et al (Rahayu, 2020) merekomendasikan jumlah sampel minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner. Karena jumlah pertanyaan 28, maka jumlah sampel minimal pada penelitian ini adalah 140 responden. Setelah itu menentukan teknik sampling pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Tahap selanjutnya penyebaran kuesioner. Kuesioner yang telah dibuat disebar kepada siswa melalui *link google form* yang dapat diakses siapa saja dan disebar melalui berbagai macam sosial media seperti Whatsapp, Line, dan Instagram.

Dilanjutkan dengan pengumpulan data, pada tahap ini dilakukan pengumpulan data yang berasal dari pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang telah dibuat sebelumnya. Dari kuesioner yang telah disebar didapatkan data yang rangkum dengan *Microsoft excel* 2013. Dari data kuesioner yang didapatkan, langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas dan reabilitas untuk membuktikan apakah pertanyaan-pertanyaan yang dibuat valid dan reliabel dengan menggunakan *software* SPSS. Lalu menentukan kuadran dengan metode IPA.

Penentuan kuadran dilakukan dengan menentukan letak kuadran pada setiap atribut-atribut dari kuadran A, B, C, dan D dengan menggunakan *software* SPSS. Tahap selanjutnya menentukan prioritas dengan menggunakan metode IPA, pada tahap ini, ditentukan prioritas dimensi-dimensi apa yang perlu diperbaiki menggunakan metode IPA.

3. Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini menjelaskan penyusunan kuesioner penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan referensi yang sejalan dengan tema penelitian. Berikut adalah daftar pertanyaan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan

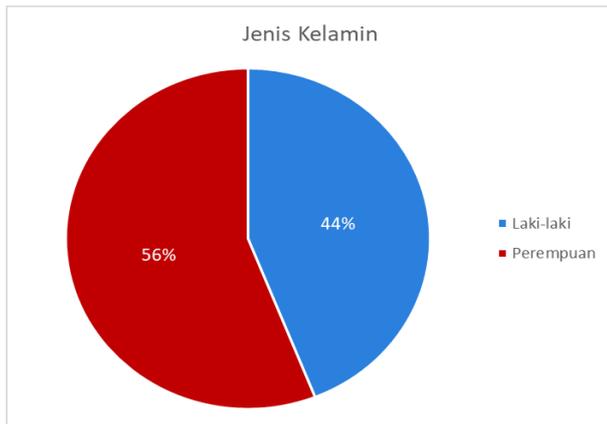
Dimensi	Simbol Atribut	Pertanyaan
Reliability	Rel 1	Aplikasi Ruangguru dapat diandalkan dimana saja
	Rel 2	Bahan materi yang ada di Ruangguru sudah lengkap
	Rel 3	Aplikasi Ruangguru mudah dipahami dalam tahap belajar
Responsiveness	Res 1	Pihak Ruangguru cepat dalam menanggapi masalah yang terjadi
	Res 2	Pihak Ruangguru selalu merespon setiap pertanyaan dan komentar dari pengguna aplikasi Ruangguru
	Res 3	Pihak Ruangguru bersedia memberi bantuan melalui telepon

Empathy	Emp 1	dalam memecahkan masalah yang terjadi Aplikasi Ruangguru memberikan kemudahan ketika mendaftar di Ruangguru
	Emp 2	Aplikasi Ruangguru memahami kebutuhan individu penggunaanya
	Emp 3	Informasi dan petunjuk tata cara pemanfaatan layanan yang diberikan Ruangguru sangat jelas
	Emp 4	Aplikasi Ruangguru menanggapi keluhan dan saran dengan baik
	WebCo 1	Informasi yang disajikan dalam aplikasi ruangguru sesuai dengan kebutuhan siswa
Website Content	WebCo 2	Keragaman informasi yang disajikan dalam aplikasi ruangguru menarik bagi siswa
	WebCo 3	Teks yang ditampilkan dalam aplikasi Ruangguru mudah dibaca dengan jelas
	WebCo 4	<i>Website</i> Ruangguru menyediakan informasi yang berguna bagi siswa
	WebCo 5	Informasi pada <i>website</i> Ruangguru relevan dengan materi yang diajarkan
	Efi 1	Aplikasi Ruangguru sangat efisien untuk membantu belajar
Efficiency	Efi 2	Penggunaan aplikasi Ruangguru tidak banyak membuang waktu

Dari Tabel 1 tersebut lalu kuesioner dibuat dalam model metode *servqual*, yaitu untuk mengetahui seberapa besar perbedaan penilaian antara harapan (ekspektasi) dan kinerja (persepsi) responden terhadap aplikasi Ruangguru. Kuesioner dibuat dengan menggunakan *Google form* yang dibagikan melalui Whatsapp dan Line. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 1.

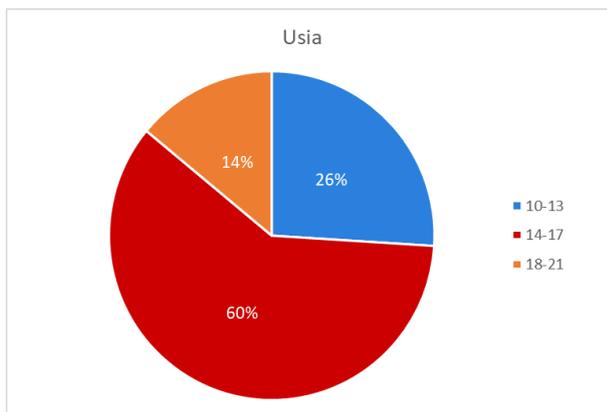
Gambar 1. Kuesioner pada *Google form*

Jumlah responden yang mengisi pada *Google form* terdapat sebanyak 140 responden. Dari 140 responden tersebut, responden berjenis kelamin perempuan mengisi kuesioner sebanyak 78 responden atau sebesar 56% sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 62 responden atau 44%. Dari data tersebut disimpulkan bahwa jumlah responden yang mengisi kuesioner lebih didominasi oleh perempuan dibandingkan laki-laki. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2.



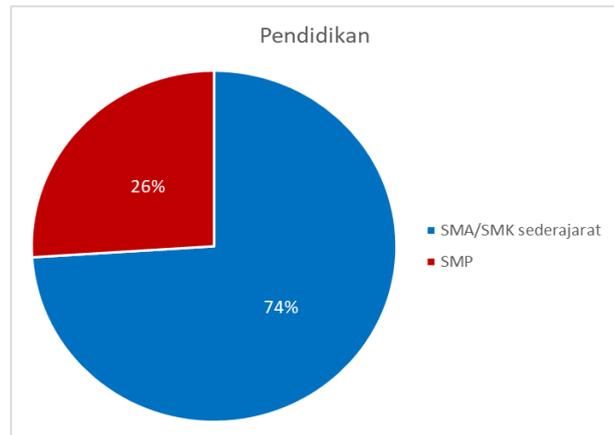
Gambar 2. Jenis Kelamin Responden

Jumlah responden yang mengisi pada *Google form* terdapat sebanyak 140 responden. Dari 140 responden tersebut, responden berdasarkan kisaran usia 10-13 tahun sebanyak 37 responden, diikuti oleh kisaran usia 14-17 tahun sebanyak 84 responden, dan usia 18-19 tahun sebanyak 19 responden, dari data tersebut disimpulkan bahwa jumlah responden paling banyak mengisi kuesioner berada pada kisaran usia 14-17 tahun. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Usia Responden

Jumlah responden yang mengisi pada *Google form* terdapat 140 responden. Dari 140 responden, responden dengan pendidikan SMA/SMK sederajat, yaitu sebanyak 103 responden atau sebesar 74 % sedangkan SMP sebanyak 37 responden atau 26%. Dari data tersebut disimpulkan bahwa jumlah responden paling banyak mengisi kuesioner berada pada jenjang pendidikan SMA/SMK sederajat dengan jumlah 103 responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pendidikan

Dari hasil kuesioner yang didapat, dihasilkan rata-rata nilai ekspektasi dan persepsi tiap dimensi beserta *gap* per atribut. Perhitungan tingkat ekspektasi pengguna dan tingkat persepsi pelayanan analisis ini digunakan untuk mengetahui posisi atribut kualitas pelayanan tingkat ekspektasi dan persepsi menurut pengguna. Selain itu, juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi tindakan apa yang harus dilakukan berkaitan dengan posisi atribut. Sebelum menjabarkan ke dalam diagram kartesius, terlebih dahulu mengetahui tingkat ekspektasi-persepsi yang didapat dari rata-rata dari ekspektasi atau tingkat persepsi dari masing-masing responden tiap atribut dan rata-rata dari persepsi atau kinerja dari masing-masing responden tiap atribut. Data tersebut kemudian dijabarkan dalam diagram kartesius, sehingga akan diketahui letak kuadran dari masing-masing atribut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Kuesioner

Dimensi	Simbol Atribut	Rata-rata Ekpetasi	Rata-rata Persepsi	GAP
Reliability	Rel 1	3,84	3,96	0,12
	Rel 2	3,90	3,71	-0,19
	Rel 3	3,91	3,85	-0,06
Responsiveness	Res 1	3,64	3,34	-0,30
	Res 2	3,80	3,60	-0,20
	Res 3	3,62	3,36	-0,26
Empathy	Emp1	3,82	3,76	-0,06
	Emp2	4,00	3,92	-0,08
	Emp3	3,96	3,97	0,01
	Emp4	3,77	3,61	-0,16
Website content	WebCo1	4,09	3,89	-0,20
	WebCo2	3,91	4,10	0,19
	WebCo3	4,10	4,14	0,04
	WebCo4	4,00	4,06	0,06
	WebCo5	4,03	4,00	-0,03
Efisiensi	Efi 1	4,14	3,99	-0,15
	Efi 2	4,02	3,89	-0,13

Setelah hasil kuesioner didapatkan, dilakukan uji validitas kuisisioner untuk menjamin bahwa kuisisioner yang digunakan valid atau bisa dipercaya sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk menjamin bahwa kuisisioner yang digunakan untuk penelitian memiliki kehandalan, sehingga bila digunakan kapan saja dan oleh siapa saja maka hasilnya sama. *Software* SPSS digunakan untuk analisa hasil validitas dan reliabilitas. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan sampel responden sebanyak 30 sampel sehingga r tabel sebesar 0,361 sehingga dapat disimpulkan instrumen sudah valid.

Tabel 3. Uji Validitas Ekspektasi dan Persepsi

Atribut	R tabel	Kolerasi		Hasil
		Ekspetasi	Persepsi	
rel 1	0,361	0.697	0.579	Valid
rel 2	0,361	0.613	0.530	Valid
rel 3	0,361	0.681	0.523	Valid
res 1	0,361	0.695	0.431	Valid
res 2	0,361	0.600	0.528	Valid
res 3	0,361	0.657	0.422	Valid
emp 1	0,361	0.625	0.461	Valid
emp 2	0,361	0.636	0.489	Valid
emp 3	0,361	0.647	0.488	Valid
emp 4	0,361	0.674	0.536	Valid
webco 1	0,361	0.647	0.625	Valid
webco 2	0,361	0.657	0.557	Valid
webco 3	0,361	0.644	0.457	Valid
webco 4	0,361	0.639	0.540	Valid
webco 5	0,361	0.629	0.441	Valid
efi 1	0,361	0.611	0.497	Valid
efi 2	0,361	0.622	0.543	Valid

Tabel 4. Uji Reliabilitas Ekspektasi dan Persepsi

Reliability Statistics		
Cronbach Alpha Ekspetasi	Cronbach Alpha Persepsi	N of Items
0.913	0.820	17

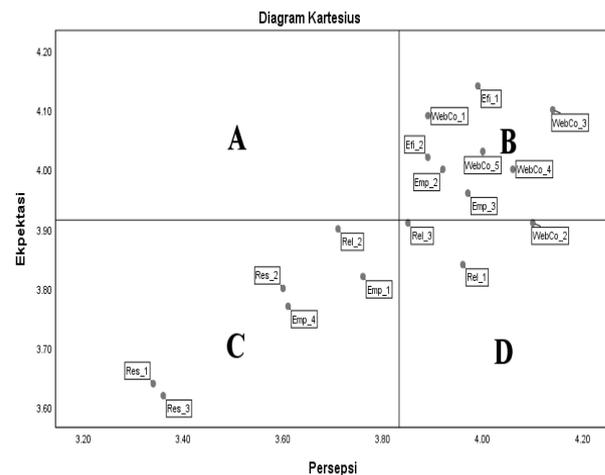
Kemudian hasil dari kuesioner yang sudah didapat dari para pengguna aplikasi Ruangguru, data tersebut diolah dengan *Importance Performance Analysis*. Analisis ini digunakan untuk mengetahui posisi atribut kualitas pelayanan tingkat ekspektasi dan persepsi menurut pengguna. Selain itu, juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi tindakan apa yang harus dilakukan berkaitan dengan posisi atribut. Sebelum menjabarkan kedalam diagram kartesius, terlebih dahulu mengetahui tingkat ekspektasi-persepsi yang didapat dari rata-rata dari ekspektasi atau tingkat persepsi dari masing-masing responden tiap atribut dan rata-rata dari

persepsi atau kinerja dari masing-masing responden tiap atribut. Data tersebut kemudian dijabarkan dalam diagram kartesius, sehingga akan diketahui letak kuadran dari masing-masing atribut.

Tabel 5. Hasil *Importance Performance Analysis*

Simbol Atribut	Rata-rata Ekspektasi	Rata-rata Persepsi	Gap	Kuadran
Rel 1	3,84	3,96	0,12	D
Rel 2	3,9	3,71	-0,19	C
Rel 3	3,91	3,85	-0,06	D
Res 1	3,64	3,34	-0,30	C
Res 2	3,80	3,60	-0,20	C
Res 3	3,62	3,36	-0,26	C
Emp 1	3,82	3,76	-0,06	C
Emp 2	4,00	3,92	-0,08	B
Emp 3	3,96	3,97	0,01	B
Emp 4	3,77	3,61	-0,16	C
WebCo 1	4,09	3,89	-0,20	B
WebCo 2	3,91	4,10	0,19	D
WebCo 3	4,10	4,14	0,04	B
WebCo 4	4,00	4,06	0,06	B
WebCo 5	4,03	4,00	-0,03	B
Efi 1	4,14	3,99	-0,15	B
Efi 2	4,02	3,89	-0,13	B

Dari hasil diagram kartesius diketahui atribut yang harus diperbaiki dengan melihat posisi Atribut dalam diagram kartesius. Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x, y), dimana x merupakan rata-rata dari skor tingkat persepsi (kinerja) seluruh faktor dan y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat ekspektasi (harapan) seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lebih jelasnya bias dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Diagram Kartesius Hasil Kuesioner

Dari uraian diagram kartesius hasil IPA tidak terdapat atribut yang masuk kedalam kuadran A (prioritas utama). Kuadran A berarti responden merasakan atribut tersebut memiliki nilai ekspektasi yang tinggi tetapi merasa tidak puas terhadap persepsi (kinerja) layanan tersebut.

Sedangkan pada kuadran B (pertahankan prestasi) terdapat 8 atribut. Kuadran B memiliki nilai ekspektasi yang tinggi dan sangat memuaskan sehingga atribut ini wajib untuk dipertahankan. Atribut-atribut pada kuadran

B yaitu Efi1, Efi2, Emp2, Emp3, WebCo1, WebCo3, WebCo4, dan WebCo5.

Pada kuadran C (prioritas rendah) terdapat 6 atribut, menunjukkan beberapa atribut memiliki nilai ekspektasi yang rendah dan persepsi (kinerja) kurang memuaskan, atribut yang ada pada kuadran C yaitu Res1, Res2, Res3, Rel2, Emp1, dan Emp4.

Sedangkan pada kuadran terakhir yaitu kuadran D (berlebihan) terdapat 3 atribut yang masuk pada kuadran ini. Kuadran D menunjukkan faktor ekspektasi yang rendah namun persepsi (kinerja) sangat memuaskan. Atribut yang ada pada kuadran D yaitu Rel1, Rel3 dan WebCo2.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dengan metode IPA atribut yang perlu diperbaiki berdasarkan prioritasnya adalah simbol atribut Res1, kemudian atribut Res3, lalu atribut Res2, ketiga atribut tersebut termasuk kedalam dimensi *responsiveness*. Dengan usulan yang diberikan adalah perlu adanya layanan untuk mengetahui bagaimana proses keluhan yang disampaikan, sehingga pengguna aplikasi mengetahui sampai mana proses keluhannya ditangani oleh pihak Ruangguru.

Kemudian atribut Rel2, atribut tersebut termasuk kedalam dimensi *reliability*, usulan yang diberikan adalah memperbanyak materi dan video pembelajaran khususnya untuk jenjang pendidikan SMK, sehingga pengguna aplikasi Ruangguru yang berada pada jenjang SMK dapat lebih memahami materi lebih banyak. Kemudian atribut Emp4 dan atribut Emp1, kedua atribut tersebut termasuk kedalam dimensi *emphaty*.

Usulan yang diberikan adalah perlunya memahai keinginan pengguna aplikasi Ruangguru, seperti memperhatikan setiap keluhan yang dikirimkan kepada pihak Ruangguru terkait permasalahan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi Ruangguru, lalu untuk usulan atribut Emp1 adalah memberikan *reward* atau hadiah kepada pengguna baru dengan *voucher* diskon atau semacamnya. Hal ini tentunya diharapkan dapat meningkatkan empati pengguna aplikasi Ruangguru.

Daftar Pustaka

- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Eka, D., Hamdani, Y., & Karim, S. (2019). Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(2), 89–98. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v16i2.6948>
- Ennew, C. T., Reed, G. V., & Binks, M. R. (1993). *Importance-Performance Analysis and the Measurement of Service Quality*. *European Journal of Marketing*, 27(2), 59–70. <https://doi.org/10.1108/03090569310026402>
- Gideon, S. (2018). Peran Media Bimbingan Belajar Online Ruangguru Dalam Pembelajaran Ipa Bagi Siswa Smp Dan Sma Masa Kini: Sebuah Pengantar. *Jurnal Dinamika Pendidikan*, 11(2), 167. <https://doi.org/10.33541/jdp.v11i2.813>
- Lubis, A. N., Lumbanraja, P., Lubis, R. R., & Hasibuan, B. K. (2017). *A study of service quality, corporate social responsibility, hospital image, and hospital value creation in medan*. *European Research Studies Journal*, 20(4), 125–133. <https://doi.org/10.35808/ersj/879>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Pardede, T. (2011). Pemanfaatan e-learning sebagai media pembelajaran pada pendidikan tinggi jarak jauh. *Seminar Nasional FMIPA UT 2011*, 1, 55–60.
- Retnosari, D., & Wathani, M. R. (2017). Sistem Informasi *E-Learning* Untuk Pengembangan. 18(2), 191–200.
- Shofi, S. A., Rachmadi, A., & Herlambang, A. D. (2019). Analisis Kebutuhan Pengguna Aplikasi Ruangguru Menggunakan Metode *Fuzzy Kano*. 3(5), 4307–4315.
- Astuti, H. J. (2007). Analisis Kepuasan Konsumen (SERVQUAL Model dan. *Jurnal Media Ekonomi*, 7(1), 1–20. <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=9606>
- Herry, W. (2011). Forum Bisnis Dan Kewirausahaan *Jurnal Ilmiah STIE MDP Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*. *Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 1(1), 1–10. [http://eprints.mdp.ac.id/303/1/Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang.pdf](http://eprints.mdp.ac.id/303/1/Analisis%20Pengaruh%20Kualitas%20Layanan%20Dan%20Promosi%20Terhadap%20Keputusan%20Konsumen%20Membeli%20Komputer%20Pada%20PT.%20XYZ%20Palembang.pdf)
- Indriastuti, S. U., & Tri, R. (2010). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 10(2), 166–167.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Pemasaran, P. S., Pelayanan, K., & Nilai, D. A. N. (2018). Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Capital Indonesia Tbk. 27(01), 80–99.
- SARBUNAN, T., MONTOLALU, J., & TUMBEL, T. (2015). Analisa Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt.Bank Btpn Kanca Manado. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(010).

- Sulastri, T. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Citra Perguruan Tinggi. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 41. <https://doi.org/10.33603/jibm.v1i1.49>
- Mursid, M. (2008). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. (1998). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : Alfabeta).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Sekaran, U., & R. B. (2010). *Research Method For Business: A Skill Building Approach Edisi 5*.
- Singarimbun, M. & Sofian, E. (1989). *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES).
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.