

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK LAPTOP AXIOO

TOMY DWI RIZQI

Jurusan Manajemen FEB Universitas Jambi

Email :

Abstract

The development of the times requires every sector in life to always change to keep pace with developments, including the field of information technology which always innovates all the time. Companies compete with each other to be the best and try to make their products a top brand in the eyes of consumers. Consumer satisfaction is a top priority for every company, and is one indicator of the success of a business. One attempt to see which attributes are important to consumers and to what extent the performance of these attributes is through Importance Performance Analysis (IPA). And to determine the level of consumer satisfaction, namely by calculating the consumer satisfaction index or Customer Satisfaction Index (CSI). The object of this research is Axioo Laptop Products (Axioo International Pte Ltd). The data used in the analysis were obtained through filling out questionnaires by consumers as respondents who had bought and used an Axioo Laptop. From the results of this study, a value of 0.7639 or a percentage of 76.39% was obtained, meaning that this number indicated that consumers were satisfied with the performance of the Axioo Laptop.

Keywords: *satisfaction, consumer, product*

Abstrak

Perkembangan zaman menuntut setiap sektor dalam kehidupan untuk selalu berubah mengimbangi perkembangan yang terjadi, tak terkecuali pada bidang teknologi informasi yang selalu berinovasi sepanjang waktu. Perusahaan-perusahaan saling berlomba untuk menjadi yang terbaik dan berusaha menjadikan produknya sebagai *top brand* dimata konsumen. Kepuasan konsumen adalah prioritas utama bagi setiap perusahaan, dan menjadi salah satu indikator keberhasilan suatu usaha. Salah satu usaha untuk melihat atribut manakah yang penting bagi konsumen dan sejauh manakah kinerja dari atribut tersebut adalah melalui analisis tingkat kepentingan dan kinerja atau *Importance Performance Analysis (IPA)*. Dan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu dengan menghitung indeks kepuasan konsumen atau *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Objek dari penelitian ini adalah *Produk Laptop Axioo (Axioo International Pte Ltd)*. Data yang digunakan dalam analisis tersebut diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh konsumen sebagai responden yang pernah membeli dan menggunakan *Laptop Axioo*. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,7639 atau dengan persentase sebesar 76,39%, berarti angka tersebut telah mengindikasikan konsumen sudah merasa puas terhadap kinerja Laptop Axioo.

Kata Kunci : kepuasan, konsumen, produk

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, kemajuan teknologi pada saat ini bisa diibaratkan seperti sebuah jet yang terus melaju dan melaju dengan sangat cepat. Teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat karena setiap teknologi yang diterapkan akan selalu mengalami inovasi, hal inilah yang menyebabkan terjadinya sebuah

evolusi teknologi sehingga teknologi yang sekarang dan yang akan datang akan semakin maju dan canggih. Bom teknologi informasi telah menciptakan cara-cara baru yang mengasyikkan untuk mempelajari dan menelusuri para pelanggan, menciptakan produk dan jasa yang cocok untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, mendistribusikan produk dan jasa yang cocok untuk para pelanggan dengan lebih efektif dan lebih efisien, serta berkomunikasi dengan para pelanggan baik dalam kelompok besar maupun individu.

Dengan semakin canggihnya sebuah teknologi secara otomatis akan membawa dampak positif bagi penggunaannya. Salah satu contoh produk IT yang saat ini banyak dinikmati oleh masyarakat adalah produk laptop atau notebook. Ini ditunjukkan dengan meningkatnya angka penjualan notebook dari tahun ke tahun. Laptop adalah bentuk lain dari sebuah komputer, dimana laptop lebih kompatibel, fleksibel dan trendi untuk digunakan. Ukuran laptop jauh lebih kecil dan lebih ringan bila dibandingkan dengan komputer sehingga dapat dengan mudah untuk dibawa kemana-mana, namun tetap memiliki kemampuan untuk mengolah data. Dengan laptop, user dapat mengakses, menyimpan atau memproses suatu data dimanapun dia berada. Tentunya ini akan mempermudah dan mempercepat suatu pekerjaan dan sangat mendukung mobilitas yang tinggi dari setiap orang.

Ada sejumlah faktor yang menyebabkan laptop begitu cepat dikenal dan diterima masyarakat. Saat ini, muncul fenomena di kalangan profesional yang suka bekerja secara mobile dengan bantuan laptop. Apalagi didukung fitur laptop yang saat ini telah lengkap tersedia. Dari sisi harga, laptop semakin terjangkau. Bahkan selisih harga antara komputer desktop dengan laptop atau notebook sudah tidak jauh berbeda. Dengan tambahan fitur-fitur yang lebih menarik di dalamnya, seperti kamera, microphone, dan wifi, laptop tak hanya berguna untuk melakukan fungsi dasarnya saja seperti mengetik, tetapi juga laptop adalah sebuah media multi fungsi yang dapat digunakan sebagai alat multimedia untuk menonton film melalui DVD, browsing dan chatting di internet, merekam dan mendengarkan musik. Dan berbagai fitur yang tersedia turut menambah nilai tambah dari atau laptop itu sendiri.

Peta persaingan di industri laptop pada saat ini sudah tidak hanya dikuasai oleh merek-merek asing yang membanjiri pasar tanah air, vendor-vendor lokal pun sudah mulai unjuk gigi dalam mengisi persaingan di industri teknologi informasi dengan mengeluarkan produk-produk seperti laptop tersebut. Sebagai contohnya, vendor teknologi informasi lokal seperti "*Axioo International Pte Ltd*" yang saat ini telah memproduksi berbagai macam varian laptop, serta terus memperluas segmen pasarnya demi menggenjot kinerja penjualan produknya serta mempertegas brand imagenya. Terbukti dari tahun ke tahun, penjualan laptop Axioo terus mengalami peningkatan, dan produk laptop Axioo ini pun mulai dikenal secara luas oleh konsumen.

Tabel 1.1
Market Share Laptop di Indonesia

No	2009		2010		2011	
	Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI
1	Acer	32,9	Acer	35,0	Acer	42,0
2	Toshiba	17,6	Toshiba	20,9	Toshiba	15,0
3	HP	10,0	HP	7,6	HP	12,7

4	Sony	6,9	Sony Vaio	5,2	Apple	5,0
5	Lenovo	4,3	Apple	4,8	<u>Axioo</u>	<u>4,7</u>
6	Apple	3,6	<u>Axioo</u>	<u>4,0</u>	Sony Vaio	4,6
7	Asus	2,4	Asus	2,8	Dell	2,4
8	BenQ	2,3	Dell	2,6	Asus	1,9
9	<u>Axioo</u>	<u>2,0</u>	Lenovo	2,4	Lenovo	1,6
10	Dell	1,4	BenQ	1,5		

Sumber : www.topbrand-award.com, 2011

Axioo merupakan brand lokal Indonesia yang berdiri pada tahun 2004, dan pada saat ini sudah menjadi pilihan banyak konsumen di Indonesia. Axioo sendiri adalah sebuah produsen dari berbagai macam alat teknologi informasi, namun laptop atau notebook adalah sebagai produk utamanya. Axioo memiliki empat varian produk laptop yang dimilikinya, antara lain, seri Axioo Neon, Axioo Oris, Axioo Pico, dan Axioo Zetta. Sebagai produk teknologi dalam negeri, tentu saja terdapat beberapa kelebihan yang dimiliki oleh laptop Axioo tersebut. Antara lain seperti, sebagai sebuah produk dalam negeri yang handal, jaminan pelayanan purna jual yang memuaskan, serta harga dari laptop Axioo ini pun bisa dibilang sangat terjangkau bila dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Axioo terus berbenah dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan untuk dapat terus menjangkau konsumen agar menggunakan laptop Axioo tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data dapat diperoleh, dalam hal ini sumber datanya adalah konsumen yang pernah membeli, memiliki, dan menggunakan produk laptop Axioo. Melakukan pengamatan secara langsung dan mencatat data serta informasi yang dibutuhkan dari objek penelitian yang dituju.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua buah kategori, kedua kategori tersebut adalah data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui survei dengan alat instrumen berupa menyebar kuesioner. Data diambil dari responden yang pernah membeli, memiliki, dan menggunakan produk laptop Axioo. Kuisisioner berupa pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan guna memberikan respon dan tanggapan para konsumen dalam memilih produk laptop Axioo. Instrumen berupa daftar pertanyaan yang berkaitan dengan kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut yang berkenaan dengan kualitas produk Laptop Axioo.

b. Data sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dan browsing di internet, guna memperoleh definisi landasan teori yang dianggap penulis relevan dengan penelitian ini. Juga guna untuk memperoleh informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dan

produk laptop Axioo sendiri. Dengan melakukan studi kepustakaan dan internet akan memperoleh data yang dapat mendukung dan melengkapi penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia dan benda ataupun peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam suatu penelitian (Sugiono, 2002:55). Populasi adalah keseluruhan wilayah individu, objek, gejala atau peristiwa untuk suatu generalisasi atau suatu kesimpulan yang dikenakan (Sutrisno Hadi, 2004:53).

Dalam hal ini, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli, memiliki, dan menggunakan produk laptop Axioo. Jadi populasi lebih banyak menggunakan produk laptop Axioo yang dimilikinya sendiri daripada menggunakan produk laptop lain.

Sampel adalah bagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2002:109). Menurut Djarwanto dan Pengestu Subagyo (1993:108), sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (dengan jumlah yang lebih sedikit dari jumlah populasi).

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Snowball Sampling*, dimana menurut Hasan Mustafa (2000) *snowball sampling* adalah pemilihan sampel yang bersifat tidak acak, dengan kondisi peneliti tidak tahu banyak tentang populasi penelitiannya, hanya tahu beberapa orang yang dinilai dapat dijadikan sampel penelitiannya. Oleh karena peneliti memerlukan lebih banyak sampel maka peneliti meminta kepada sampel yang telah ditetapkan sebelumnya untuk menunjukan orang lain yang kira-kira dapat dijadikan sampel. Sampel juga ditentukan dengan kriteria antara lain orang-orang yang pernah membeli dan menggunakan produk laptop Axioo baik pria maupun wanita, jenis dan tipe laptop tidak terikat dan bebas.

Pada penelitian ini jumlah dari populasi adalah tak terhingga, maka dari itu penulis telah menetapkan untuk mengambil sampel responden sebanyak 70 orang sebagai data primer yang dimaksudkan untuk mengoptimalkan waktu penelitian.

Metode Analisis

Untuk mengukur sejauh mana kepuasan konsumen terhadap produk laptop Axioo, maka penulis akan menganalisa dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif-kuantitatif. Untuk dapat menjawab perumusan masalah mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk laptop Axioo, maka dapat dianalisis dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) yang merupakan suatu teknik penerapan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja, analisis ini dapat melihat sejauh manakah tingkat kepuasan konsumen berdasarkan skor nilai tiap atributnya. Setelah itu dilanjutkan dengan menentukan tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan menggunakan pendekatan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Importance Performance Analysis (IPA) Analisis Kepentingan dan Kinerja

Dalam menganalisis data penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif-kuantitatif untuk menjawab perumusan masalah mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Laptop Axioo, maka dianalisis dengan menggunakan *Importance Performance* yang merupakan suatu teknik penerapan untuk mengukur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat kinerja.

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk yang pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977 dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula sebagai *Quadrant Analysis* (Brandt, 2000 dan Lataf dan Everett, 2000). IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai kajian karena kemudahannya untuk diterapkan dan hasil tampilan analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003).

IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, serta faktor-faktor mana saja yang menurut konsumen perlu untuk ditingkatkan karena belum memuaskan.

Importance Performance Analysis dibuat berdasarkan hasil tabulasi kuesioner. Analisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja ini dikur dengan menggunakan skala pengukuran Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur kesetujuan atau ketidaksetujuan seseorang terhadap rangkaian pertanyaan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu objek tertentu. Biasanya Skala Likert merupakan perpaduan antara kesetujuan dan ketidak setujuan, skala ini dikembangkan oleh Rensis Likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden berdasarkan Jenis Kelamin adalah responden Laki-Laki berjumlah 41 orang atau sebesar 59% sedangkan responden yang berjenis kelamin Perempuan adalah sebanyak 29 orang atau sebesar 41% dari responden keseluruhan.

Responden berdasarkan umur yang terbanyak adalah responden yang berumur 22 – 25 tahun, dengan jumlah sebanyak 28 responden atau sebesar 40%. Terbanyak kedua adalah responden yang berumur antara 18 – 21 tahun, berjumlah sebanyak 19 responden atau sebesar 27%. Selanjutnya adalah responden dengan umur yang lebih besar dari 25 tahun yaitu berjumlah sebanyak 14 responden atau sebesar 20%. Dan yang terakhir adalah responden yang merupakan merupakan kelompok terkecil dengan kisaran umur antara 14 – 17 tahun yaitu sebanyak 9 responden dengan persentase sebesar 13% dari jumlah keseluruhan responden.

Dilihat dari jenis status pendidikan / pekerjaan, maka konsumen yang paling banyak menggunakan Laptop Axioo adalah responden Mahasiswa yang berjumlah sebanyak 40 responden atau sebesar 57%. Yang kedua adalah responden yang sudah bekerja, yaitu sebanyak 15 orang atau sebesar 21%. Yang ketiga adalah konsumen dengan status siswa atau yang masih bersekolah, yaitu sebanyak 9 responden atau sebesar 13%. Selanjutnya adalah konsumen wirausaha dengan jumlah sebanyak 4 responden atau sebesar 6%. Dan yang terakhir adalah lainnya yaitu sebanyak 2 responden atau 3% dari keseluruhan responden.

Berdasarkan karakteristik tipe laptop yang digunakan, maka dapat dilihat bahwa responden paling banyak menggunakan produk Laptop Axioo dengan tipe / model Neon dengan jumlah sebanyak 32 responden atau sebesar 46%. Yang terbanyak kedua adalah responden yang menggunakan tipe / model Pico yaitu sebanyak 15 responden atau sebesar 21%. Selanjutnya adalah responden yang menggunakan tipe / model Zetta berjumlah sebanyak 14 responden atau sebesar 20%. Dan yang terakhir yaitu tipe / model Laptop Axioo yang paling jarang digunakan oleh responden adalah tipe / model Oris digunakan oleh responden sebanyak 9 responden atau sebesar 13% dari total keseluruhan responden.

Berdasarkan karakteristik alasan responden membeli produk Laptop Axioo yang ada pada tabel di atas, maka dapat dilihat bahwa sebanyak 47 responden dengan persentase sebesar 67% responden membeli produk Laptop Axioo dengan alasan harga yang terjangkau. Sedangkan responden yang membeli dengan alasan mutu adalah sebanyak 16 responden atau sebesar 23%. Dan responden dengan alasan lainnya adalah sebanyak 7 responden atau sebesar 10%. Responden yang membeli produk Laptop Axioo dengan alasan lainnya menyebutkan bahwa mereka membeli karena dipaksakan oleh orang tua, hadiah dari orang tua, dibujuk oleh penjual, dan alasan-alasan lainnya.

Berdasarkan tabel di atas maka, responden mengetahui tentang produk laptop Axioo yang paling besar adalah melalui media Internet yaitu sebesar 25 responden atau sebesar 36%. Dan yang terbanyak kedua adalah melalui informasi dari teman, berjumlah 13 responden atau sebesar 19%. Yang terbanyak ketiga adalah melalui iklan-iklan yaitu sebanyak 11 responden atau sebesar 16%. Selanjutnya adalah melalui televisi dan lainnya, karakteristik ini pun berjumlah sama yaitu sebanyak 10 responden atau sebesar 14%. Dan lainnya adalah sebanyak 11 orang atau persentase sebesar 16% dari jumlah total keseluruhan responden.

Importance - Performance Analysis (IPA)

Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja

Melakukan pengukuran dengan menggunakan Importance Performance Analisis diperlukan untuk dapat memetakan setiap atribut-atribut yang dapat menentukan kepuasan konsumen. Pada analisis ini akan bisa dilihat atribut manakah yang dirasa penting oleh konsumen, dan sejauh mana kinerja dari atribut itu sendiri. Pihak pengembang Laptop Axioo dapat mengetahui langkah apa yang dapat diambil dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan kualitas dari Produk Laptop Axioo.

Analisis Importance performance Analysis adalah merupakan suatu cara untuk memetakan setiap atribut berdasarkan skor rata-rata antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja. Untuk melihat kedudukan dari tiap atribut maka diperlukan suatu diagram kartesius yang dibagi menjadi empat bagian atau empat kuadran. Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi dengan skor dari kinerja, dan sumbu tegak (Y) akan diisi dengan skor tingkat kepentingan / harapan.

Sebelum melakukan pemetaan atribut-atribut pada diagram kartesius, maka harus dilakukan penghitungan nilai rata-rata dari skor kepentingan dan nilai rata-rata dari skor kinerja. Hasil perhitungan nilai rata-rata tingkat kepentingan dan nilai rata-rata kinerja penulis tampilkan secara lengkap seperti pada Tabel 5.9 :

Tabel 5.9
Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja dan Kepentingan

No	Dimensi Produk / Pertanyaan	Rata-Rata Tingkat Kinerja	Rata-Rata Tingkat Kepentingan
Kinerja			
1	Laptop dapat bekerja dengan baik dan cepat.	4,0286	4,5429
2	Jarang terjadi error atau kondisi hang pada piranti lunak Laptop.	3,9429	4,5143
3	Suhu Laptop tidak terlalu panas saat digunakan.	3,7143	3,9857

Fitur			
4	Laptop memiliki berbagai macam fitur tambahan.	4,1571	4,0429
5	Laptop dapat memainkan berbagai macam game dengan baik.	3,6143	4,2714
6	Kemampuan multimedia Laptop baik.	3,6571	4,1857
Reliabilitas			
7	Laptop dapat bekerja dengan baik setiap kali digunakan.	3,7714	4,3143
8	Suara piranti keras Laptop tidak terlalu berisik pada saat bekerja.	3,4286	3,7571
9	Laptop dapat dibawa dengan mudah kemana-mana.	3,9714	3,8429
Kesesuaian Terhadap Spesifikasi			
10	Spesifikasi Laptop sesuai dengan spesifikasi yang tertera pada saat pembelian.	3,7857	3,8143
11	Dengan spesifikasi yang menarik, harga Laptop sangat terjangkau.	4,3857	3,9714
Daya Tahan			
12	Umur ekonomis Laptop panjang dan tahan lama.	3,5714	4,2143
13	Jarang terjadi kerusakan pada piranti keras Laptop.	3,3286	4,4286
14	Daya tahan batrai Laptop tahan lama.	3,6429	4,3714
Layanan Purna Jual			
15	Cepat dan tanggap dalam melakukan perbaikan bila terjadi kerusakan pada Laptop.	4,3286	4,1571
16	Terdapat gerai Laptop Center yang mudah dicari bila ingin mengajukan klaim garansi.	4,1143	3,8571
17	Pelayanan yang baik dan prosedur kalim perbaikan dan garansi yang tidak berbelit-belit.	3,9571	4,0857
Keindahan			
18	Laptop memiliki bentuk dan tampilan yang menarik.	3,5857	4,1143
19	Laptop memiliki berbagai macam pilihan warna.	3,8286	3,5429
20	Aksesoris tambahan pada Laptop bagus dan beragam.	4,0143	3,6857
Keandalan			
21	Merasa yakin bahwa Laptop yang digunakan adalah sebuah brand produk yang berkualitas.	3,4429	4,1143
Jumlah		80,27	85,81
Rata-Rata		3,82	4,08

Sumber : Perhitungan IPA, 2011

Gambar 5.1
Diagram Kartesius Importance Performance Analysis

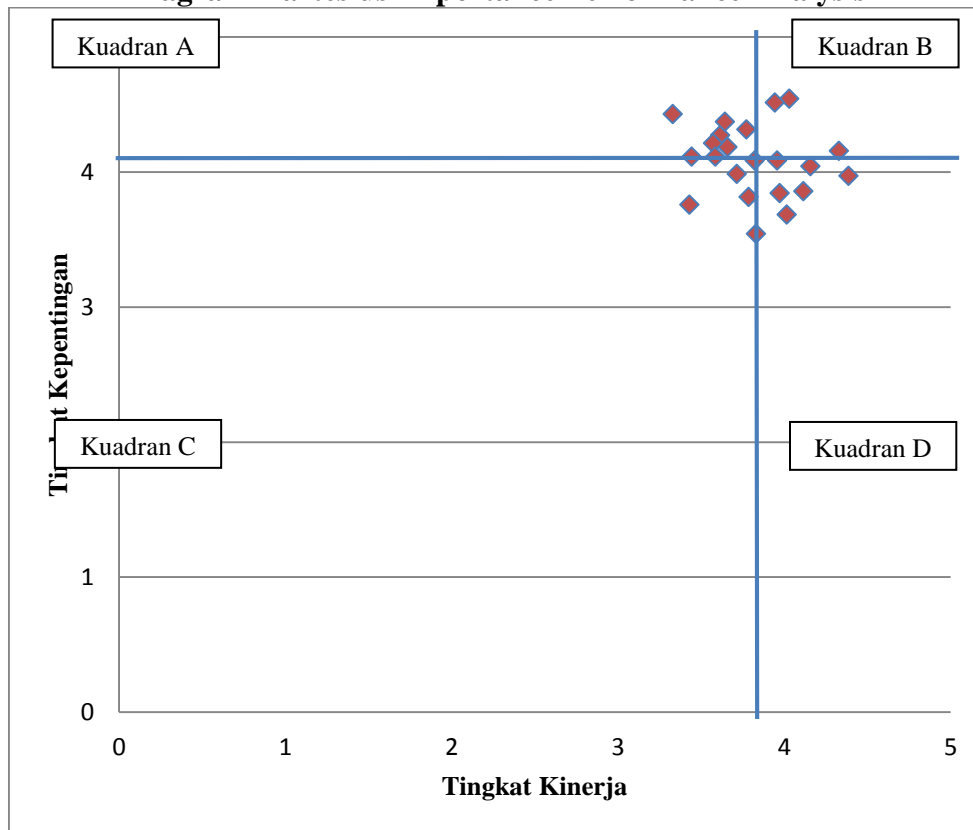


Diagram Kartesius diperlukan untuk melihat kedudukan dari atribut-atribut yang terdapat pada produk Laptop Axioo yang diperoleh berdasarkan skor tingkat kinerja dan skor tingkat kepentingan. Dengan demikian, penulis dapat mengaitkan pentingnya atribut-atribut tersebut dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen, sehingga pihak pengembang Produk Laptop Axioo dapat memfokuskan perbaikan yang harus dilaksanakan. Diagram Kartesius menggambarkan tingkatan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kinerja dan kepentingan.

Dari hasil analisis kuadran dengan menggunakan diagram kartesius seperti pada gambar 5.1 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Prioritas Utama (Kuadran A)

Merupakan wilayah yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi pada kenyataannya atribut-atribut ini belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Atribut utama yang harus diprioritaskan oleh pihak pengembang dari Laptop Axioo yaitu seperti pada butir 5, 6, 7, 12, 13, 14, 18, 21, antara lain :

- Laptop Axioo belum mampu memainkan berbagai macam game dengan baik.
- Kemampuan multimedia dari Laptop Axioo masih dirasakan kurang optimal.
- Laptop Axioo belum mampu bekerja dengan baik pada saat setiap kali digunakan.
- Umur ekonomis Laptop Axioo tidak tahan lama.
- Masih sering terjadi kerusakan pada piranti keras / hardware Laptop Axioo.
- Daya tahan batrai Laptop Axioo masih rendah.

- Bentuk dan tampilan dari Laptop Axioo sendiri masih dirasakan kurang menarik oleh konsumen.
- Konsumen belum merasakan bahwa Produk Laptop Axioo adalah sebuah Produk yang berkualitas.

2. Pertahankan Prestasi (Kuadran B)

Wilayah yang dianggap penting dan pada kenyataannya pun sudah sesuai dengan kinerja yang dirasakan oleh konsumen dengan memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Atribut yang berada pada wilayah ini antara lain seperti pada butir 1, 2, 15, 17 yaitu :

- Konsumen merasakan Laptop Axioo sudah dapat bekerja dengan baik dan cepat pada saat digunakan.
- Jarang terjadi error atau hang pada piranti lunak / software Laptop Axioo.
- Pihak Laptop Axioo sudah dirasakan konsumen cepat dan tanggap dalam melakukan perbaikan bila terjadi kerusakan pada Laptop Axioo.
- Konsumen sudah merasakan pelayanan yang baik dan prosedur yang tidak berbelit-belit pada saat terjadi klaim perbaikan laptop oleh konsumen.

3. Prioritas Rendah (Kuadran C)

Atribut yang berada pada kuadran C ini kurang dianggap penting oleh konsumen dan kinerjanya juga dinilai rendah oleh konsumen. Atribut yang berada pada wilayah ini antara lain pada butir nomor 3, 8, 10, yaitu :

- Suhu Laptop Axioo masih dirasakan panas pada saat Laptop Axioo digunakan.
- Suara mesin Laptop Axioo tidak terlalu bising dan berisik pada saat digunakan.
- Laptop Axioo sudah sesuai dengan keterangan spesifikasi pada saat konsumen membeli.

4. Berlebihan (Kuadran D)

Atribut yang berada pada kuadran D ini memiliki tingkat kepentingan yang kurang dianggap penting oleh konsumen, namun atribut ini memiliki tingkat kinerja yang baik. Atribut yang ada pada wilayah kuadran ini seperti pada butir nomor 4, 9, 11, 16, 19, 20, antara lain :

- Laptop Axioo sudah memiliki berbagai macam fitur tambahan yang menarik.
- Konsumen merasa bahwa Laptop Axioo dapat dibawa kemana-mana dengan mudah, karena memiliki bobot yang tidak terlalu berat dan Laptop Axioo sendiri memiliki ukuran yang rata-rata tidak terlalu besar.
- Dengan spesifikasi laptop yang sangat menarik, harga Laptop Axioo pun sudah dirasakan sangat terjangkau oleh konsumen.
- Terdapat gerai Axioo Center sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan perbaikan dan klain garansi.
- Laptop Axioo memiliki berbagai macam pilihan warna sesuai dengan keinginan konsumen.
- Aksesoris tambahan pada Laptop Axioo bagus dan beragam, seperti tas, mouse, dan cooling pad.

Kesenjangan Tingkat Kinerja dan Kepentingan

Kesenjangan antara kinerja yang dirasakan dan kepentingan yang diharapkan adalah selisih atau jarak nilai antara skor jawaban dari penilaian kinerja yang dirasakan dengan penilaian kepentingan yang diharapkan dari responden. Skor kesenjangan diperoleh dari pengurangan skor nilai rata-rata tingkat kinerja dengan skor rata-rata tingkat kepentingan.

Perhitungan secara lengkap nilai kesenjangan antara kepentingan dan kinerja dapat dilihat pada tabel 5.10 :

Tabel 5.10
Nilai Kesenjangan Kinerja dan Kepentingan

No	Atribut Produk / Pertanyaan	Rata-Rata Tingkat Kinerja	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesenjangan
Kinerja				
1	Laptop dapat bekerja dengan baik dan cepat.	4,0286	4,5429	-0,5143
2	Jarang terjadi error atau kondisi hang pada piranti lunak Laptop.	3,9429	4,5143	-0,5714
3	Suhu Laptop tidak terlalu panas saat digunakan.	3,7143	3,9857	-0,2714
Fitur				
4	Laptop memiliki berbagai macam fitur tambahan.	4,1571	4,0429	0,1142
5	Laptop dapat memainkan berbagai macam game dengan baik.	3,6143	4,2714	-0,6571
6	Kemampuan multimedia Laptop baik.	3,6571	4,1857	-0,5286
Reliabilitas				
7	Laptop dapat bekerja dengan baik setiap kali digunakan.	3,7714	4,3143	-0,5429
8	Suara piranti keras Laptop tidak terlalu berisik pada saat bekerja.	3,4286	3,7571	-0,3285
9	Laptop dapat dibawa dengan mudah kemana-mana.	3,9714	3,8429	0,1285
Kesesuaian Terhadap Spesifikasi				
10	Spesifikasi Laptop sesuai dengan spesifikasi yang tertera pada saat pembelian.	3,7857	3,8143	-0,0286
11	Dengan spesifikasi yang menarik, harga Laptop sangat terjangkau.	4,3857	3,9714	0,4143
Daya Tahan				

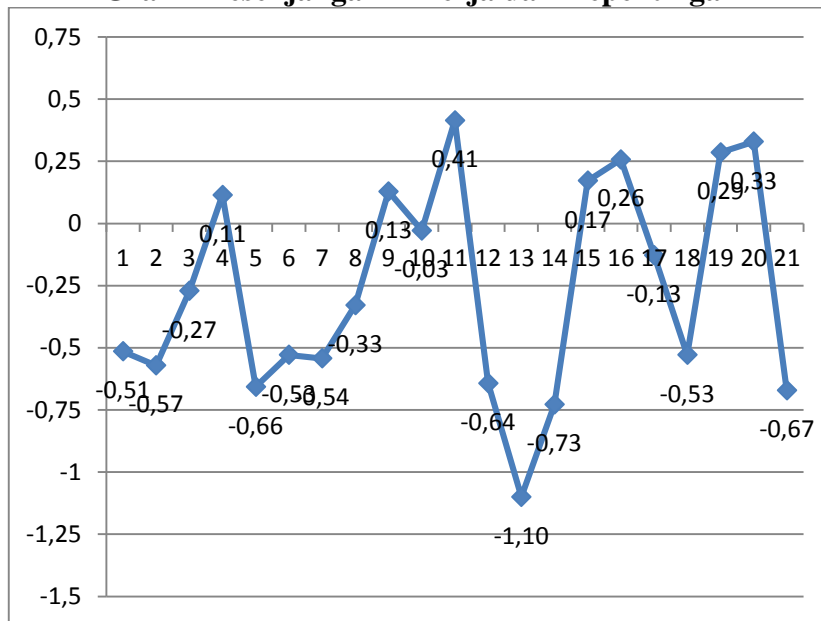
12	Umur ekonomis Laptop panjang dan tahan lama.	3,5714	4,2143	-0,6429
13	Jarang terjadi kerusakan pada piranti keras Laptop.	3,3286	4,4286	-1,1000
14	Daya tahan batrai Laptop tahan lama.	3,6429	4,3714	-0,7285
Layanan Purna Jual				
15	Cepat dan tanggap dalam melakukan perbaikan bila terjadi kerusakan pada Laptop.	4,3286	4,1571	0,1715
16	Terdapat gerai Laptop Center yang mudah dicari bila ingin mengajukan klaim garansi.	4,1143	3,8571	0,2572
17	Pelayanan yang baik dan prosedur klaim perbaikan tidak berbelit-beli.	3,9571	4,0857	-0,1286
Keindahan				
18	Laptop memiliki bentuk dan tampilan yang menarik.	3,5857	4,1143	-0,5286
19	Laptop memiliki berbagai macam pilihan warna.	3,8286	3,5429	0,2857
20	Aksesoris tambahan pada Laptop bagus dan beragam.	4,0143	3,6857	0,3286
Keandalan				
21	Merasa yakin bahwa Laptop yang digunakan adalah sebuah produk yang berkualitas.	3,4429	4,1143	-0,6714
Jumlah		80,27	85,81	-5,5428
Rata-Rata				-0,2639

Sumber : Data Diolah, 2011

Dari hasil perhitungan kesenjangan antara kinerja yang dirasakan dan kepentingan yang diharapkan dapat dilihat bahwa terdapat skor kesenjangan positif dan negatif, skor kesenjangan positif apabila nilai rata-rata kinerja lebih tinggi daripada nilai rata-rata kepentingan, dan skor kesenjangan negatif bila nilai rata-rata kinerja lebih rendah dibandingkan dengan nilai rata-rata kepentingan.

Skor kesenjangan positif paling tinggi adalah pada atribut butir nomor 11 dengan skor 0,41, dan yang paling rendah berada pada butir nomor 4 dengan skor 0,11. Skor kesenjangan negatif paling tinggi adalah pada atribut butir nomor 13 dengan skor -1,10, dan skor kesenjangan negatif paling rendah berada pada atribut butir nomor 11 dengan skor -0,03. Secara keseluruhan pada 21 butir pertanyaan, terdapat 7 butir pertanyaan dengan skor kesenjangan positif dan 14 butir pertanyaan dengan skor kesenjangan negatif.

Gambar 5.2
Grafik Kesenjangan Kinerja dan Kepentingan



Customer Satisfaction Index (CSI)

Pengukuran terhadap indeks kepuasan konsumen digunakan untuk mengetahui besarnya indeks kepuasan yang dihasilkan oleh suatu produk secara keseluruhan. Indeks kepuasan sendiri adalah sebuah angka yang menyatakan seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Perhitungan nilai rata-rata pada analisis tingkat kepentingan dan kinerja sebelumnya dapat digunakan pada penghitungan nilai indeks kepuasan konsumen terhadap produk laptop Axioo.

Untuk menghitung indeks kepuasan konsumen pada produk laptop Axioo, penulis menggunakan program komputer Microsoft Office Excell 2007. Perhitungan secara lengkap indeks kepuasan konsumen pada produk laptop Axioo penulis sajikan pada rekapitulasi tabel perhitungan nilai CSI seperti pada tabel 5.11 :

Tabel 5.11
Perhitungan Nilai CSI

No Butir / Atribut	Rata-Rata Tingkat Kepentingan (MIS)	Importance Weighting Factor (WF)	Rata-Rata Tingkat Kinerja	Weighting Score (WS)
1	4,543	0,053	4,029	0,213
2	4,514	0,053	3,943	0,207
3	3,986	0,046	3,714	0,173
4	4,043	0,047	4,157	0,196
5	4,271	0,050	3,614	0,180
6	4,186	0,049	3,657	0,178
7	4,314	0,050	3,771	0,190

8	3,757	0,044	3,429	0,150
9	3,843	0,045	3,971	0,178
10	3,814	0,044	3,786	0,168
11	3,971	0,046	4,386	0,203
12	4,214	0,049	3,571	0,175
13	4,429	0,052	3,329	0,172
14	4,371	0,051	3,643	0,186
15	4,157	0,048	4,329	0,210
16	3,857	0,045	4,114	0,185
17	4,086	0,048	3,957	0,188
18	4,114	0,048	3,586	0,172
19	3,543	0,041	3,829	0,158
20	3,686	0,043	4,014	0,172
21	4,114	0,048	3,443	0,165
JUMLAH	85,814	1,000	80,272	
\sum WT				3,819
CSI (\sum ws : 5)				0,7639 (76,39%)

Sumber : Perhitungan Nilai CSI

Berdasarkan perhitungan CSI yang ditunjukkan dari tabel 5.11 maka indeks kepuasan yang diperoleh cukup tinggi, yaitu sebesar 0,7639 (76,39%). Hal ini berarti tingkat kepuasan total Produk Laptop Axioo terletak antara rentang 66% - 80% yang berarti secara keseluruhan konsumen sudah merasa puas dengan kinerja Produk Laptop Axioo. Namun diharapkan pihak pengembang Produk Laptop Axioo dapat terus berkomitmen untuk meningkatkan kualitas dan kinerja dari Produk Laptop Axioo sendiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap Produk Laptop Axioo dilakukan pengukuran terhadap delapan buah indikator atau delapan dimensi yaitu Performance (*kinerja*), Features (*fitur*), Reliability (*reliabilitas*), Conformance (*kesesuaian*), Durability (*daya tahan*), Serviceability (*layanan purna jual*), Aesthetics (*keindahan*), dan Perceived Quality (*keandalan*). Pada setiap indikator, terdapat atribut-atribut yang menjadi instrumen penilaian.
2. Berdasarkan analisis IPA (*Importance-Performance Analysis*), sebagian besar atribut masih berada pada kuadran A (prioritas utama), yang mana pada kuadran tersebut memiliki tingkat kepentingan yang dinilai konsumen tinggi. Oleh karena itu pihak Pengembang Produk Laptop Axioo harus meningkatkan kinerja produk pada atribut,

kemampuan Laptop Axioo dalam memainkan berbagai macam game dan permainan, kemampuan multimedia dari Laptop Axioo, kemampuan Laptop Axioo pada saat setiap kali digunakan, umur ekonomis Laptop Axioo, kemampuan dan ketahanan pada piranti keras atau hardware pada Laptop Axioo, daya tahan baterai Laptop Axioo, bentuk dan penampilan dari Laptop Axioo, peningkatan kualitas Laptop Axioo secara keseluruhan.

3. Berdasarkan perhitungan kepuasan konsumen menggunakan metode CSI (*Customer Index Satisfaction*) penulis mendapati bahwa secara keseluruhan konsumen dari Produk Laptop Axioo sendiri sudah merasa puas dengan kinerja dari Laptop Axioo milik mereka. Ini dapat dilihat dari hasil perhitungan CSI yang diperoleh yaitu sebesar 0,7639 atau dengan persentase sebesar 76,39%, berarti tingkat kepuasan konsumen berada pada rentang kriteria 0,66 – 0,80 yang mengindikasikan konsumen sudah merasa puas terhadap kinerja dari Produk Laptop Axioo.

Saran

Pihak pengembang produk Laptop Axioo dapat terus melakukan peningkatan kinerja dan kemampuan terhadap semua atribut yang ada pada Laptop Axioo walaupun penilaian responden keseluruhan sudah puas, sehingga penilaian konsumen terhadap produk Laptop Axioo sendiri pada masa yang akan datang akan positif dan lebih baik lagi.

Pihak pengembang produk Laptop Axioo sebaiknya dapat memperbanyak gerai Axioo Centernya dan memberikan pelatihan kepada teknisi serta karyawan agar dapat memberikan pelayanan purna jual yang baik kepada para konsumen dan lebih siap dalam menanggapi keluhan konsumen seputar permasalahan atau kerusakan tentang laptop Axioo mereka.

Pihak pengembang Laptop Axioo sebaiknya dapat meningkatkan kemampuan, kualitas, dan daya tahan dari hardware atau piranti keras Laptop Axioo. Karena atribut ini dirasa sangat penting oleh konsumen namun pada kenyataannya kinerja dari atribut tersebut belum sesuai dengan harapan konsumen.

Merek dari laptop Axioo sendiri belum sepenuhnya menjadi sebuah brand yang menarik bagi konsumen, sehingga pihak pengembang laptop Axioo sebaiknya dapat menciptakan ide-ide segar dan strategi yang tepat agar dapat memperkuat *brand image* laptop Axioo di mata para konsumen dengan target jangka panjang agar Laptop Axioo menjadi brand *top of mind* bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, Ali, 2008. *Marketing* Edisi ke 1. Media Pressindo : Yogyakarta
- Kotler, Philip, 2005. *Manajemen Pemasaran* Edisi ke 11. PT. Indeks Gramedia Group : Jakarta
- Mangkunegara, AA. Anwar Prabu, 2005. *Perilaku Pelanggan*. PT. Refika Aditama : Bandung
- Santoso, Singgih, 2001. *SPSS dan Excel Untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*. PT. Elex Media Komputindo : Jakarta
- Simamora, Bilson, 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Sumarwan, Ujang, 2004. *Perilaku Pelanggan, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia : Bogor
- Supranto, J, 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikan Pangsa Pasar*". PT. Rineka Cipta. Jakarta

http://id.wikipedia.org/wiki/Skala_Likert

<http://axiooworld.com/>

<http://axioo-shop.com/>

<http://www.topbrand-award.com/result.php>

Abdulhalim, Yosep, 2006. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk UKM Aneka Kue (Studi Kasus Edhie`s Bakery). Skripsi Institut Pertanian Bogor : Bogor

Chandrawatisma Sukardi, Cholidis, 2007. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Produk Cornet Pronas Produksi PT. CIP, Denpasar Bali. Skripsi pada Institut Pertanian Bogor : Bogor

Hannie, 2009. Analisis Keamanan System dan Kualitas Pelayanan Pada PT. Vayatour Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI). Skripsi pada Universitas Gunadarma : Jakarta

Adhy Wardhana, Surya, 2010. Analisis Kepuasan Konsumen Produk Minuman Nata De Coco Dengan Merk Es Campur Produksi PT. Amico, Bekasi. Skripsi pada Institut Pertanian Bogor

Mardoko, Arman, 2008. Analisis Kepuasan Penumpang Pengguna Jasa Bandar Udara Terhadap Pelayanan Di Terminal Domestik Bandara Juanda Surabaya. Skripsi pada Institut Teknologi Sepuluh November : Surabaya