

ANALISIS KEPUASAN PENGUNJUNG WEBSITE IFLIX DENGAN METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

ANALYSIS OF IFLIX WEBSITE VISITOR SATISFACTION WITH CUSTOMER SATISFACTION INDEX AND IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

Meidita Purbosari Datu Linggi¹⁾, Osa Omar Sharif²⁾

^{1,2)} Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹⁾ meiditapdl.student@telkomuniversity.ac.id, ²⁾ osaomarsharif@telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Layanan konten *video streaming* tak dipungkiri lagi tengah menjadi trend nonton film atau serial TV yang disukai dimasa kini. Tua dan muda bisa nongkrong seharian memantengi layar hanya untuk memutar *video-video* favorit mereka. Saat ini di Indonesia terdapat beberapa perusahaan penyedia layanan hiburan konten *video streaming* yang gratis maupun berbasis *video on demand*. Beberapa perusahaan layanan *video streaming* yang beroperasi di Indonesia yaitu : adalah Viu, Iflix, *Catchplay*, Genflix, Hooq, *Amazon Prime Video*, Netflix. Iflix sebagai salah satu operator layanan *video streaming* yang ada di Indonesia, kondisinya saat ini menerima banyak keluhan dari para pengunjunnya. Dengan banyaknya keluhan ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh Iflix belum memuaskan pengunjunnya. Ketatnya persaingan pasar layanan *video streaming* di Indonesia, membuat iflix perlu mengetahui pengalaman pengunjun dari sudut pandang tingkat kepuasannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kepuasan pengunjun *website* Iflix berdasarkan kualitas layanan yang telah diberikan melalui *website streaming* Iflix, dengan judul "*Analisis Kepuasan Pengunjun Website Iflix dengan Metode Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis*". Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance-Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian dengan mengambil responden sebanyak 400 orang pengunjun Iflix diperoleh hasil nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan persentase sebesar **72,04%**, dimana persentase tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjun berada dalam kategori "*Cause For Concern*". Hal ini berarti bahwa atribut-atribut pelayanan yang diberikan oleh Iflix secara keseluruhan belum memuaskan dan atribut-atribut tersebut harus menjadi perhatian Iflix untuk ditingkatkan, dipertahankan dan dikurangi dalam rangka Iflix meningkatkan kepuasan pengunjunnya. Berdasarkan hasil analisis *Importance-Performance Analysis* (IPA) diperoleh atribut yang perlu ditingkatkan kualitasnya sebanyak 5 atribut berada pada kuadran I, sebanyak 7 atribut pada kuadran II merupakan atribut yang perlu dipertahankan kualitasnya dan sebanyak 6 atribut pada kuadran IV merupakan atribut yang perlu dikurangi bahkan ditiadakan.

Kata Kunci : Kualitas Website, Indeks Kepuasan Pelanggan, Analisis Kepentingan-Kinerja, Iflix

ABSTRACT

Online video content is undeniably the preferred trend nowadays. Young and old can hang out all day watching the screen just to play their favorite videos. Indonesia has several companies providing video on demand entertainment services such as Iflix.com, which are case studies in this research, Viu.com, Hooq.tv, Genflix. co.id and others. The existence of these entertainment companies should have an effect on the reduced interest in buying Digital Video Disc cassettes or often called DVD cassettes. This study takes the object of the Iflix Website research which is one of the film and serial streaming services that can be enjoyed on various devices and this research is held in Indonesia. This study aims to analyze Iflix consumer satisfaction based on service quality. In this case Iflix is a technology-based service company so that a good quality of service is needed because it is a benchmark that must be considered, because of the fear of reducing the number of users due to the number of complaints. Data obtained from 400 respondents who filled out the questionnaire after using it on Iflix. Data that has been successfully collected is then processed using the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance-Performance Analysis (IPA). The results showed that 72.04%. where the percentage shows that the level of user satisfaction is in the category "Cause For Concern" which means that iflix level of user satisfaction is not yet reached satisfaction and must repair website quality.

Keywords: Website Quality, Customer Satisfaction Index, Performance-Performance Analysis, Iflix

1. PENDAHULUAN

Konten video online tak dipungkiri lagi tengah menjadi trend yang disukai dimasa kini. Tua dan muda bisa nongkrong seharian memantengi layar hanya untuk memutar *video-video* favorit mereka. Barangkali, tontonan yang dicari tak kunjung muncul di saluran televisi (TV) lokal. Perkembangannya pun semakin terakselerasi dengan tumbuh suburnya gadget berfitur canggih. Seakan-akan, hiburan visual itu menyusut ke dalam tas atau bahkan saku kita.

Indonesia terdapat beberapa perusahaan penyedia layanan hiburan video on demand seperti Iflix.com yang menjadi studi kasus pada penelitian ini, Viu.com, Hooq.tv, Genflix.co.id dan lain-lain. Adanya perusahaan hiburan tersebut mestinya berpengaruh terhadap berkurangnya minat beli kaset *Digital Video Disc* atau sering disebut kaset DVD. Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan kinerja pasca pembelian terhadap perusahaan atau pemanfaatan layanan [1]. Dalam hal ini Iflix merupakan perusahaan layanan jasa berbasis teknologi sehingga diperlukan kualitas pelayanan yang baik karena hal tersebut menjadi tolak ukur yang harus diperhatikan, karena khawatirnya berkurangnya jumlah Pengunjung *Website* akibat dari banyaknya keluhan. Dalam hal ini perusahaan ingin berusaha memberikan pelayanan yang optimal agar tingkat kepuasan pelanggan dapat lebih meningkat dan pelanggan merasa puas yang pada akhirnya mempengaruhi peningkatan jumlah Pengunjung *Website*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan Pengunjung *Website* Iflix di Indonesia, dan Untuk mengetahui indikator – indikator apa saja yang perlu diperbaiki, untuk meningkatkan kepuasan Pengunjung *Website* Iflix di Indonesia

2. DASAR TEORI DAN METODE PENELITIAN

2.1. Dasar Teori

Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain n segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar agar menarik perhatian, akuisisi, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.[2]

Pemasaran Jasa

Jasa adalah sebagai salah satu produk yang bersifat *Intangible* yang artinya tidak berwujud seperti *child care*, konsultasi psikolog, dan konsultasi manajemen. Selain itu produk jasa dapat berhubungan dengan produk fisik yaitu pesawat dalam jasa penerbangan, makanan dalam jasa restoran, dan kapal untuk angkatan laut. Dalam praktiknya tidaklah gampang untuk membedakan barang dan jasa, karena seringnya pembelian barang dibarengi dengan unsur jasa/pelayanan. [3]

Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki fokus dalam upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan [4, 259]

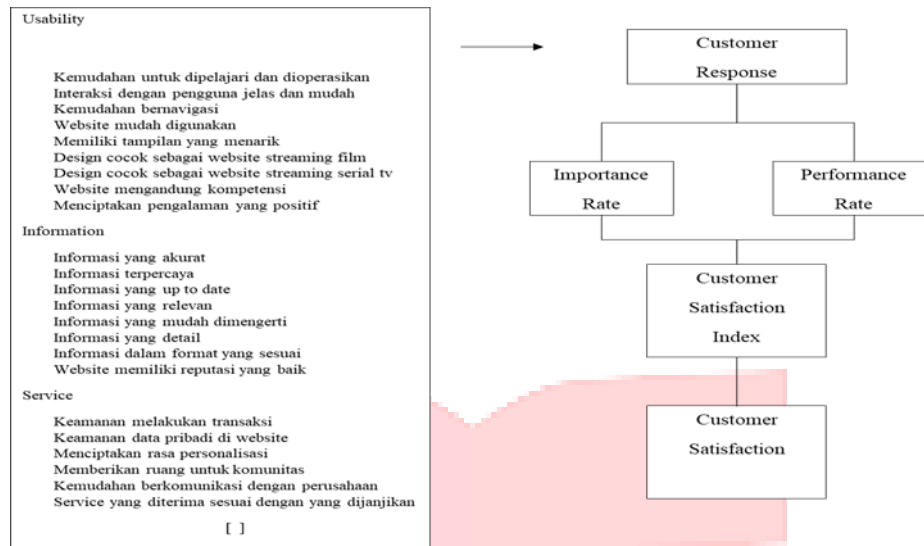
WebQual

WebQual adalah salah satu metode untuk mengukur kualitas situs web yang dikembangkan oleh Stuart Barnes dan Richard Vidgen,[5] WebQual disusun berdasarkan persepsi Pengunjung *Website* akhir ke situs web . Webqual 4.0 disusun berdasarkan tiga dimensi utama yaitu: *Usability*, *Service Interaction*, dan *Information Quality*.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka konsumen merasakan ketidakpuasan mereka terhadap sebuah layanan. Jika kinerja memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen amat sangat puas atau senang [6]

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

Sumber : Hasil pengolahan penulis

2.3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian maka dilakukan *pre-test* dengan melibatkan 30 responden. Dengan menggunakan bantuan *Microsoft Office Excel versi 2016*, diketahui bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan reliabel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* dan *Importance Performance Analysis* dengan sampel sebanyak 400 responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software spss versi 25 for windows* dan *Microsoft Office Excel 2016*.

3. PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dapat dikumpulkan sebanyak 400 responden. Karakteristik jenis kelamin didominasi oleh pria dan mayoritas responden berusia 15-20 tahun serta dilihat dari pekerjaannya mayoritas responden berasal dari kalangan pelajar / mahasiswa.

3.2. Analisis Deskriptif

Hasil analisis dari tanggapan 400 responden terhadap 23 butir pernyataan, diperoleh persentase berdasarkan kepentingan sebesar 83,5% dimana persentase tersebut berada di rentang 68% sampai dengan 84% yang berarti disposisi baik atau penting. Nilai tertingginya adalah dimensi *Service Interaction* dan yang paling rendah nilainya adalah dimensi *Usability*. Sedangkan berdasarkan kinerja perusahaan diperoleh persentase sebesar 72,8% untuk dimana persentase tersebut berada di rentang 68% sampai dengan 84% yang berarti disposisi. Nilai tertinggi untuk kinerja perusahaan ini adalah dimensi *Service Interaction* dan nilai yang terendah adalah dimensi *Information Quality*.

3.3. Customer Satisfaction Index

Untuk mengetahui besarnya CSI, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut [12]:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad (3.2)$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad (3.3)$$

Dimana:

n = Total responden

Y_i = Skor Atribut Importance

X_i = Skor Atribut Performance

2. Membuat *Weight Factors* (WF). Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} p \quad (3.4)$$

3. Membuat *Weight Score* (WS_k) tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan MSS
4. Menentukan *Customer Satisfaction Index*. Nilai CSI diperoleh dengan menggunakan persamaan

$$CSI = \frac{\sum_{k=1}^p WS_k}{HS} \times 100\% \quad (3.5)$$

Dimana HS (*Highest Scale*) = skala maksimum yang digunakan

Tabel 31 Hasil Customer Satisfaction Index

	Pernyataan	Perfor mance	Impor tance	Importance Weight	Weight Score
Usability	Kemudahan untuk dipelajari dan dioperasikan	3.67	4.08	0.04	0.16
	Interaksi dengan pengunjung jelas dan mudah	3.69	4.14	0.04	0.16
	Kemudahan bernavigasi	3.64	4.11	0.04	0.16
	Website mudah digunakan	3.65	4.17	0.04	0.16
	Memiliki tampilan yang menarik	3.61	4.17	0.04	0.16
	Design cocok sebagai Website streaming film	3.65	4.17	0.04	0.16
	Design cocok sebagai Website streaming serial	3.65	4.16	0.04	0.16
	Website mengandung kompetensi	3.62	4.11	0.04	0.16
	Menciptakan pengalaman yang positif	3.65	4.13	0.04	0.16
Information Quality	Website Iflix memberikan informasi yang akurat	3.68	4.13	0.04	0.16
	Website Iflix memberikan informasi yang terpercaya	3.64	4.19	0.04	0.16
	Website Iflix memberikan informasi yang up to date	3.49	4.15	0.04	0.15
	Website Iflix memberikan informasi yang relevan	3.57	4.16	0.04	0.16
	Website Iflix memberikan informasi yang mudah dimengerti	3.63	4.17	0.04	0.16
	Website Iflix memberikan informasi yang detail	3.54	4.12	0.04	0.15
	Website Iflix memberikan informasi dalam format yang sesuai	3.58	4.14	0.04	0.16
	Website memiliki reputasi baik	3.60	4.16	0.04	0.16
Service Interaction	Keamanan melakukan transaksi	3.62	4.11	0.04	0.16
	Keamanan data pribadi di Website Iflix	3.59	4.12	0.04	0.16
	Menciptakan rasa personalisasi	3.56	4.13	0.04	0.15
	Website memberikan ruang untuk komunitas	3.48	4.09	0.04	0.15
	Kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan	3.46	4.08	0.04	0.15
	Service yang diterima sama dengan yang dijanjikan	3.59	4.16	0.04	0.16
RATA-RATA		3.60	4.14		

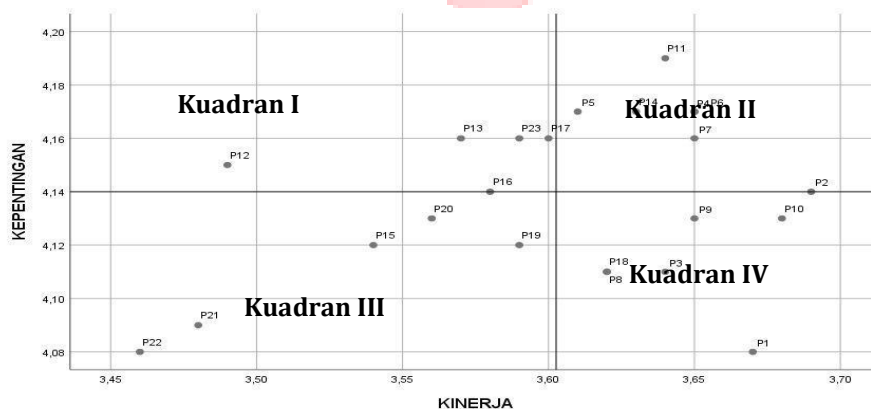
Pernyataan	Perfor mance	Impor tance	Importance Weight	Weight Score
Total	82.85	95.12		
Weight Total				3.60
CSI				72.04

Sumber Olahan Peneliti 2019

Hasil CSI yaitu berdasarkan tanggapan 400 Responden dan 23 butir pertanyaan, didapat persentase sebesar 72,04% dimana persentase tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan Pengunjung Website berada dalam kategori "Cause For Concern" yang berarti tingkat kepuasan Pengunjung Website Iflix dikatakan belum mencapai kepuasan, namun masih beberapa hal yang harus diperhatikan Iflix untuk meningkatkan kepuasan Pengunjung Website Iflix dengan cara melihat item yang harus diperbaiki dan dipertahankan oleh Iflix. Tahap selanjutnya yaitu melihat atribut apa saja yang akan menjadi perhatian Iflix yaitu dengan melihat persebaran atribut pada diagram kartesius melalui metode IPA.

3.2. Importance Performance Analysis (IPA)

Dengan menggunakan aplikasi program SPSS didapat hasil pemetaan data pada empat kuadran diagram kartesius di bawah ini :



Gambar 4.1 Diagram Kartesius IPA Pengunjung Website Iflix

Sumber: Data yang telah diolah, 2019

Diagram kartesius IPA diatas terbagi dalam 4 (empat) kuadran yaitu : Kuadran I, *Importance* tinggi sedangkan *performance* rendah, Kuadran II *importance* tinggi sedangkan *performance* juga tinggi, Kuadran III *importance* rendah sedangkan *performance* juga rendah dan Kuadran IV *importance* rendah sedangkan *performance* tinggi. Interpretasi dari diagram kartesius pada Gambar 4.1 adalah sebagai berikut :

a. Kuadran I

Item-item pernyataan yang termasuk ke dalam kuadran yaitu item atribut-atribut yang memerlukan peningkatan dengan prioritas yang tinggi yaitu, *website* Iflix memberikan informasi yang up to date, *website* Iflix memberikan informasi yang relevan, *website* Iflix memberikan informasi yang detail, *website* memiliki reputasi baik dan *service* yang diterima sama dengan yang dijanjikan.

b. Kuadran II

Item-item pernyataan yang termasuk ke dalam kuadran II yaitu item atribut-atribut yang tetap untuk dipertahankan yaitu : interaksi dengan pengunjung *website* jelas dan mudah, *website* mudah digunakan, memiliki tampilan yang menarik, *design* cocok sebagai *website streaming* film, *design* cocok sebagai *website streaming* serial TV, informasi yang terpercaya dan informasi yang mudah dimengerti

c. Kuadran III

Item-item pernyataan yang termasuk ke dalam kuadran III yaitu item atribut-atribut yang menjadi prioritas rendah yaitu : *website* Iflix memberikan informasi yang detail, keamanan data pribadi di *website* Iflix, *website* memiliki reputasi baik, menciptakan rasa personalisasi, *website* memberikan ruang untuk komunitas, dan kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan.

d. Kuadran IV

Item-item pernyataan yang termasuk ke dalam kuadran IV yaitu item atribut-atribut yang tidak terlalu penting di mata pengunjung *website* dan dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya yaitu interaksi dengan pengunjung *website* jelas dan mudah, *website* mudah digunakan, *website* mengandung kompetensi, menciptakan pengalaman positif, *website* Iflix memberikan informasi yang akurat dan keamanan melakukan transaksi.

4. KESIMPULAN

Hasil CSI berdasarkan tanggapan 400 Responden, didapat nilai persentase sebesar 72,04%, dimana persentase tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung berada dalam kategori "Cause For Concern" yang berarti pengunjung Iflix dikatakan belum memuaskan pengunjung Iflix. Masih ada beberapa hal yang harus diperhatikan Iflix untuk meningkatkan kepuasan pengunjungnya dengan cara melihat item-item atribut yang harus diperbaiki dan dipertahankan oleh Iflix.

5. SARAN

Untuk kesempurnaan dan tercapainya luaran dari karya ini, penulis merekomendasikan beberapa saran diantaranya : untuk meningkatkan kepuasan pengunjung Iflix di Indonesia, disarankan kepada perusahaan web Iflix untuk dapat melakukan peningkatan pada beberapa hal yaitu :

- Pihak Iflix harus mengupdate informasi film dan serial agar selalu up to date / kekinian yaitu dengan cara mengajak para pihak perusahaan media kerjasama untuk mendistribusi film atau serial baru.
- Pihak Iflix memberikan data yang lebih relevan terkait dengan informasi film dengan memberikan informasi mengenai review ataupun fun fact tentang film atau serial tv.
- Memberikan informasi tentang format film yang sesuai yaitu menampilkan video yang dapat ditayangkan.
- Meningkatkan reputasinya caranya dengan menampilkan isi website dengan informasi yang positif dan tidak mengandung hoax.
- Memberikan layanan / *service* sebagaimana yang telah dijanjikan pihak Iflix kepada konsumen dengan mengupdate filmnya sesuai dengan tanggal rilis di Iflix.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Poliaková, A. (2010). Application Of The Customer Satisfaction Index (CSI) To Transport Service. *Number IV, Volume V*, 208-215.
- [2] Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- [3]. Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [4] Tjiptono, F. (2004). *Pemasaran Jasa*. Surabaya: Bayumedia Publisher
- [5] Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (Fourteenth Edition)*. Essex: Pearson Education Limited
- [6] Shia, B. C., Chen, M., & Rahmansyah, A. D. (2016). Measuring Customer Satisfaction toward Localization Website by WebQual and Importance Performance Analysis (Case Study on AliexPress Site in Indonesia). *American Journal of Industrial and Business Management*, 117-128.
- [7] P, C. A., U. W., & Wijaya, A. F. (2013). Customer Satisfaction Analysis to Health Service by Servqual 5 Dimension Method and Customer Satisfaction Index;. *International Journal of Computer Applications*, 17-21
- [8] Feb, M., & Setyorini, R. (2019). Pengukuran Kepuasan Pengunjung Website Website VIU.com dengan Menggunakan Pendekatan Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis. *DINAMIKA EKONOMI Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 33-50.
- [9] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Zikmund, W. G., & dan Babin, B. J. (2010). *Exploring Marketing Research (10/E)*. Australia: South-Western College Pub.
- [10] Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen Dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama
- [11] Zikmund, W. G., & dan Babin, B. J. (2010). *Exploring Marketing Research (10/E)*. Australia: South-Western College Pub.

- [12] Anggriani, L. D., Deoranto, P., & Ikasari, D. M. (2016). ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX. *Jurnal Industri Vol 4 No 2*, 74 – 81
- [13] Syukri, S. H. (2014). Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis GAP Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Teknik Industri* , 13(2), 103-111.
- [14] Winarni. (2013). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis serta Service Quality. *Jurnal Teknik Industri Sains Teknologi*, 206-222.

