

## ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GYM DENGAN METODE *SERVQUAL* IPA DAN KAIZEN

Ade Suhara<sup>1</sup>, Faisal Nur Hidayat<sup>2</sup>, Suryadi<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Buana Perjuangan Karawang  
Jl. HS. Ronggowaluyo Telukjambe Timur Karawang,  
Email: ade.suhara@ubpkarawang.ac.id

### ABSTRACT

Currently, sports services are increasingly in demand by the public. Ray Gym is a service company engaged in this field. However, over the past several months, there have been ups and downs in the number of members at the gym due to the quality of service received by customers. The purpose of this study was to be able to determine the level of service quality affecting customer satisfaction at the gym and the priority attributes that need to be improved at Ray Gym in an effort to improve service quality. The sample size for this research is 91 respondents. The method used is *servqual*, and the IPA method is used to analyze each attribute's level of importance and identify parts to be repaired, and the kaizen method is used as a proposed improvement with the application of PDCA. Data collection was carried out using a questionnaire. The data analysis tool is assisted by IBM SPSS 25 software. The results of the study show that the average value of service quality ( $Q$ ) is 0.957, which means that service quality is still unsatisfactory because it has a value of  $Q < 1$ . In the results of the diagram, IPA Cartesian, several attributes need to be improved, namely attribute numbers Tangible 1, Empathy 1, and Assurance 3. In the results of Kaizen, solutions were found to improve attribute numbers, including Tangible 1, Reliability 1, Responsiveness 1, Assurance 4, and Empathy 2.

**Keywords:** Kaizen; Service Quality; Customer Satisfaction; *Servqual*; IPA

### ABSTRAK

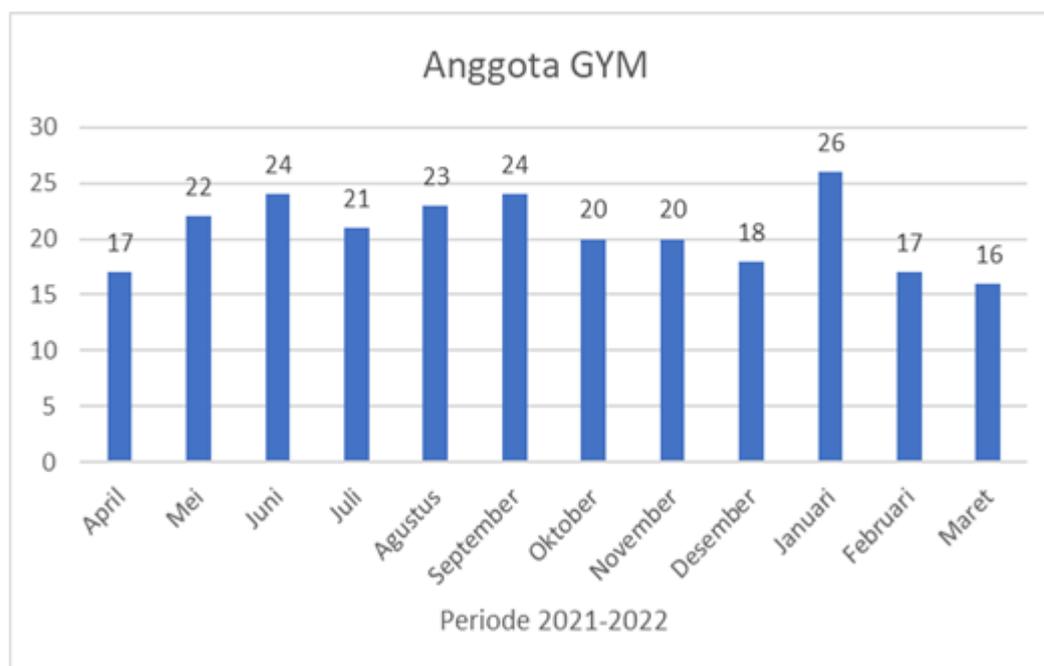
Saat ini jasa pelayanan olahraga semakin diminati oleh masyarakat. Ray gym adalah salah satu perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang tersebut. Namun beberapa bulan terjadinya naik turun jumlah anggota pada gym tersebut, dikarenakan kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di gym dan atribut prioritas yang perlu untuk diperbaiki pada Ray gym dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan. Sampel penelitian ini sebanyak 91 responden. Metode yang dipergunakan yaitu *servqual* dan metode ipa digunakan sebagai untuk menganalisis setiap atribut-atribut tingkat kepentingan dan mengidentifikasi bagian yang diperbaiki, dan metode kaizen digunakan sebagai usulan perbaikan dengan penerapan PDCA. Pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Alat data analisis dibantu oleh perangkat software IBM SPSS 25. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa nilai dari rata-rata kualitas pelayanan ( $Q$ ) sebesar 0,957 yang artinya kualitas pelayanan masih kurang memuaskan karena memiliki nilai  $Q < 1$ . Pada hasil diagram, kartesius IPA terdapat beberapa atribut yang perlu dilakukan perbaikan yaitu atribut nomor Tangible 1, Empathy 1 dan Assurance 3. Pada hasil melalui kaizen ditemukan solusi perbaikan pada atribut nomor diantaranya: Tangible 1, Reliability 1, Responsiveness 1, Assurance 4 dan Empathy 2.

**Kata Kunci:** Kaizen; Kualitas Pelayanan; Kepuasan Konsumen; *Servqual*; IPA

## PENDAHULUAN

Saat ini kebutuhan Masyarakat terhadap Kesehatan sangat tinggi dan beragam (Maulana, 2019). Adapun jenis olahraga ialah seperti aerobic maupun fitness yang sudah dianggap menjadi sebagai posisi gaya hidup sehat dimasa kini. Pada zaman sekarang banyak tempat-tempat yang menyediakan pelayanan jasa dibidang gym, tidak dapat dipungkiri bilamana terdapatnya persaingan yang dapat dikatakan cukup ketat antara gym satu dengan gym yang lainnya. Tidak hanya sekedar menjadi penyedia layanan jasa olahraga setiap tempat memiliki cara tersendiri untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Kunci kesuksesan bukan hanya sekedar penyedia layanan jasa, namun tetapi bagaimana alat yang digunakan, fasilitas yang diberikan dan lain-lain.

Berdasarkan data pengguna pelayanan jasa selama 12 bulan pada gambar 1 berikut ini, gym mengalami fluktuasi yang dimana naik turun nya pengunjung selama satu tahun. (Othman et al., 2019) mengungkap bahwa kualitas layanan salah satu faktor kunci strategi untuk dapat menghasilkan kepuasan bagi pelanggan dan memberikan keyakinan terhadap customer dengan melalui jasa layanan yang diberikan agar dapat mencapai pada kebutuhan mereka inginkan.



Gambar 1. Data anggota gym (2021-2022)

Pada penelitian ini menggunakan metode *service quality (servqual)*, *importance performance analysis (IPA)* dan *kaizen*. Keunggulan metode *servqual* ialah dapat diketahui setiap nilai gap (nilai kualitas pelayanan) yang dimana bisa mengukur antara kepuasan dan ketidakpuasan dari segi pandang pelanggan, manajemen, karyawan, standar Perusahaan dan juga terhadap pencapaian yang didapatkan (Minta & Stephen, 2017). Persepsi konsumen kepada antara keseluruhan kualitas jasa yang relevan dan kesesuaian terhadap tujuan yang diinginkan (Octabriyantiningtyas et al., 2019).

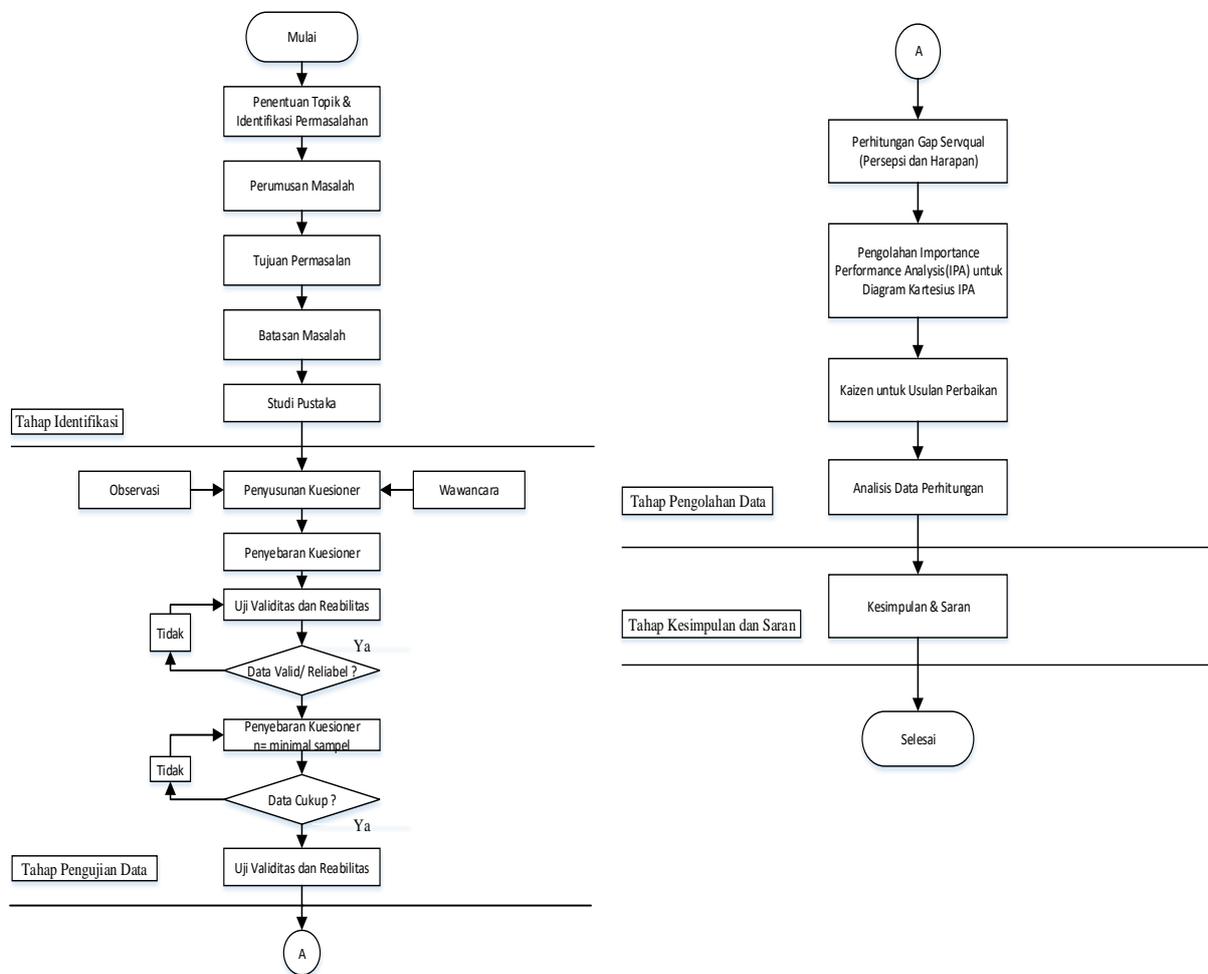
*Importance Performance Analysis (IPA)* menurut (Esmailpour et al., 2020) banyak digunakan oleh Perusahaan untuk mengevaluasi terhadap segi kualitas pelayanan melalui identifikasi kekuatan dan kelemahan utama agar dapat mengambil sebuah keputusan yang kompetitif dalam hal perbaikan pada kualitas dan mengurangi yang tidak penting (Shieh et al., 2019). *Kaizen* dapat dipergunakan sebagai salah satu metode atau cara untuk dapat menentukan, merencanakan jenis proses yang terlibat atau mengurangi masalah dengan menentukan solusi melalui PDCA yang akan dihasilkan secara berturut-turut di dalamnya (Nugrahani et al., 2022). *Kaizen* adalah salah satu metode yang dipergunakan untuk melakukan perubahan secara terus menerus ataupun berskala dengan pengukuran mengidentifikasi proses

yang dapat memberikan nilai tambah dan juga tidak memberikan nilai tambah (Oviyatama et al., 2019).

Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Gym dan atribut prioritas yang perlu untuk diperbaiki pada Ray Gym dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan.

### METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pengambilan dan perolehan data dilakukan pada Ray Gym, dengan mengukur kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan pendekatan analisis diferensial pengembangan dari penelitian kuantitatif dengan serta aplikasi IBM SPSS 25 (Siyoto & Sodik, 2015). Metode kuantitatif adalah analisis yang sistematis, terstruktur, dan tersusun dari awal sampai akhir penelitian. Menggunakan pengumpulan data secara kuesioner yang bersifat populasi dan sampel untuk dapat mengetahui bagaimana hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan tersebut (Sugiyono, 2013). Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan sampel untuk penelitian ini seluruh populasi yang diambil yaitu seluruh konsumen yang terdapat di Ray gym dengan 248 dengan menggunakan rumus slovin maka didapatkan sampel sebesar 91. Penelitian ini menggunakan metode *servqual*, ipa dan kaizen sebagai alat analisis data dan pengolahan data. Adapun prosedur penelitian di Ray gym sebagai berikut:



Gambar 2 Flow chart penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Metode uji validitas yang digunakan adalah korelasi *rank spearman* (data berskala ordinal) dimana pada metode ini mengukur setiap item-item atribut instrumen penelitian, dengan membandingkan hasil nilai dari  $R_{hitung}$  dengan  $R_{tabel}$ .

Tabel 1. Uji validitas persepsi dan harapan

No	Persepsi Konsumen				Harapan Konsumen			
	Atribut	R hitung	R tabel	Keterangan	Atribut	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Tangible (Bukti Fisik)</i>								
1	P1	0,857	0,206	Valid	H1	0,843	0,206	Valid
2	P2	0,819	0,206	Valid	H2	0,866	0,206	Valid
3	P3	0,866	0,206	Valid	H3	0,862	0,206	Valid
4	P4	0,867	0,206	Valid	H4	0,860	0,206	Valid
<i>Reability (Kehandalan)</i>								
5	P5	0,794	0,206	Valid	H5	0,837	0,206	Valid
6	P6	0,857	0,206	Valid	H6	0,850	0,206	Valid
7	P7	0,866	0,206	Valid	H7	0,882	0,206	Valid
8	P8	0,799	0,206	Valid	H8	0,824	0,206	Valid
<i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i>								
9	P9	0,792	0,206	Valid	H9	0,775	0,206	Valid
10	P10	0,768	0,206	Valid	H10	0,740	0,206	Valid
11	P11	0,816	0,206	Valid	H11	0,865	0,206	Valid
12	P12	0,821	0,206	Valid	H12	0,867	0,206	Valid
<i>Assurance (Jaminan)</i>								
13	P13	0,861	0,206	Valid	H13	0,871	0,206	Valid
14	P14	0,851	0,206	Valid	H14	0,824	0,206	Valid
15	P15	0,853	0,206	Valid	H15	0,820	0,206	Valid
16	P16	0,714	0,206	Valid	H16	0,827	0,206	Valid
<i>Emphaty (Empati)</i>								
17	P17	0,823	0,206	Valid	H17	0,823	0,206	Valid
18	P18	0,841	0,206	Valid	H18	0,819	0,206	Valid
19	P19	0,822	0,206	Valid	H19	0,806	0,206	Valid
20	P20	0,790	0,206	Valid	H20	0,827	0,206	Valid

Pada tabel 4.1 didapatkan nilai validitas dari setiap atribut butir pertanyaan, yang dimana terdiri dari 20 pertanyaan dari persepsi dan harapan. Jika nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$  maka dapat dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan agar dapat mengetahui apakah data tersebut konsisten dalam kondisi yang sama, metode uji reliabilitas yang digunakan *alpha Cronbach*, dimana metode ini dipergunakan untuk jenis data berbentuk angket dan kriteria uji reliabilitas dianggap reliabel jika hasil nilai *alpha Cronbach*  $\geq 0,6$  untuk mempermudah perolehan nilai uji reliabilitas data persepsi pelanggan dan data harapan pelanggan, maka dibantu dengan menggunakan *software Microsoft Excel* dan *IBM SPSS 25*.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Persepsi			Harapan		
	<i>Alpha Cronbach</i>	Standar	Keterangan	<i>Alpha Cronbach</i>	Standar	Keterangan
<i>Tangible (Bukti Fisik)</i>						
1	0,874	0,600	Reliabel	0,880	0,600	Reliabel
<i>Reliabilitas (Kehandalan)</i>						
	0,849	0,600	Reliabel	0,874	0,600	Reliabel
<i>Responsiveness (Daya Tanggap)</i>						
3	0,809	0,600	Reliabel	0,832	0,600	Reliabel
<i>Assurance (Jaminan)</i>						

4	0,838	0,600	Reliabel	0,855	0,600	Reliabel
<i>Empathy (Empati)</i>						
5	0,835	0,600	Reliabel	0,840	0,600	Reliabel

**Pengolahan Data Servqual**

Metode *servqual* digunakan sebagai analisis perhitungan nilai kesenjangan (*gap score*) pada dua variabel penelitian mengenai persepsi pelanggan (*perceived service*) dan harapan pelanggan (*expected service*) pada kualitas pelayanan Ray Gym.

**Nilai Rata-Rata Data Penelitian**

Proses ini merupakan hal pertama yang perlu dilakukan dalam pengolahan metode *servqual*. Berikut hasil dari rata-rata skoring pada dimensi persepsi dan dimensi harapan Ray Gym. Berikut ini adalah rumus mencari nilai rata-rata, yaitu:

$$M = \frac{\text{Jumlah Data}}{\text{Banyak Data}}$$

$$M = \frac{\text{Jumlah Data}}{\text{Banyak Data}}$$

$$M = \frac{354}{91} = 3,980 \text{ (Persepsi)}$$

$$M = \frac{380}{91} = 4,176 \text{ (Harapan)}$$

**Tabel 3. Pengolahan data service quality**

No Atribut	Atribut Pertanyaan	Persepsi	Harapan
<i>Tangible</i>			
TAN 1	Area parkir yang baik dan luas	3,890	4,176
TAN 2	Memiliki peralatan gym yang memadai.	4,110	4,231
TAN 3	Lokasi terletak strategis.	3,934	4,121
TAN 4	Fasilitas (ruang tunggu, istirahat, wc) yang memadai.	4,033	4,297
<i>Reliability</i>			
RL 1	Pelayanan yang diberikan secara adil terhadap sesama anggota gym.	4,209	4,275
RL 2	Jam operasional gym yang baik.	4,011	4,143
RL 3	Pemberian harga progam yang baik.	3,956	4,121
RL 4	Karyawan bersedia memberikan bantuan jika terdapat keluhan dari pelanggan.	4,044	4,143
<i>Responsiveness</i>			
RS 1	Pelatih memberikan informasi baik dan jelas terhadap anggota gym.	3,956	4,077
RS 2	Kesediaan pelatih dalam membantu anggota gym.	4,000	4,286
RS 3	Penanganan saat ada permasalahan yang dirasakan oleh anggota gym.	3,989	4,121
RS 4	Kemudahan dalam pembayaran.	3,890	4,011
<i>Assurance</i>			
AS 1	Memberikan kepercayaan terhadap anggota gym.	3,824	3,989
AS 2	Pihak gym memberikan rasa aman dan nyaman saat Latihan.	4,066	4,132
AS 3	Pergantian <i>sparepart</i> terhadap alat gym pada waktunya.	3,857	4,154
AS 4	Kesopanan dan keramahan pelatih dan karyawan terhadap anggota gym.	4,077	4,132
<i>Empathy</i>			
EMP 1	Kepekaan terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh gym.	3,846	4,176
EMP 2	Karyawan memberikan pelayanan dengan baik.	3,923	4,110
EMP 3	Kepedulian pelatih terhadap anggota gym.	3,758	4,011

EMP 4	Karyawan mampu dapat memahami yang dibutuhkan anggota gym.	3,901	4,132
	Rata-Rata	3,964	4,142

**Perhitungan Gap Score SERVQUAL**

Berdasarkan hasil perolehan nilai rata-rata baik dimensi *performance* maupun dimensi *importance* pada tabel selanjutnya akan diperhitungkan nilai gap pada setiap dimensi diantaranya, dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *Empathy*, dan *tangible*.

**Tabel 4** Keseluruhan Dimensi *Score Gap* dan *Ranking Gap Servqual*

No	Dimensi	Pengukuran		Score Gap	Rank
		<i>performance</i>	<i>Importance</i>		
1	<i>Tangible</i>	3,992	4,206	-0,214	2
2	<i>Reliability</i>	4,055	4,171	-0,116	5
3	<i>Responsiveness</i>	3,959	4,124	-0,165	3
4	<i>Assurance</i>	3,956	4,102	-0,146	4
5	<i>Empathy</i>	3,857	4,107	-0,250	1

Nilai *performance* dan *importance* didapatkan dari hasil nilai rata-rata per dimensi. Setiap 1 dimensi terdiri dari 4 butir pertanyaan, dijumlahkan dan dibagi.

$$\text{Gap Score } Q = P - E$$

$$Q = 3,992 - 4,206$$

$$= -0,214$$

Berdasarkan terlihat di Tabel 4 ditemukan atau terdapat *gap* terbesar yaitu dimensi *Empathy* pada *ranking* (1) = (-0,250) sedangkan *gap* terkecil yaitu dimensi *reliability* di posisi *ranking* (5) dengan rentang nilai (-0,116).

**Perhitungan Kualitas Pelayanan (Q)**

Perhitungan kualitas pelayanan yang dilakukan dengan cara membagikan nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan dimaksudkan untuk mengetahui apakah pelayanan tersebut baik atau sebaliknya. Kesimpulan yang didapatkan dilihat dari hasil jika  $Q \geq 1$  maka kualitas pelayanan baik, jika  $Q \leq 1$  maka kualitas pelayanan belum baik. Selanjutnya berikut perhitungan dan rekapitulasi kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *Servqual*.

$$Q = \frac{P}{E}$$

$$Q = \frac{3,992}{4,206} = 0,949$$

$$M = \frac{\text{Jumlah Data}}{\text{Banyak Data}}$$

$$M = \frac{\text{Jumlah Data}}{\text{Banyak Data}}$$

$$M = \frac{19,819}{5} = 3,964 > \text{rata-rata Performance} \quad M = \frac{-0,891}{5} = -0,178 > \text{rata-rata Gap}$$

$$M = \frac{\text{Jumlah Data}}{\text{Banyak Data}}$$

$$M = \frac{\text{Jumlah Data}}{\text{Banyak Data}}$$

$$M = \frac{20,710}{5} = 4,142 > \text{rata-rata Importance} \quad M = \frac{4,785}{5} = 0,957 > \text{rata-rata (Q=P/E)}$$

Berdasarkan pada tabel 4 di atas tersebut, bahwa masing-masing dimensi pelayanan bernilai (0.939), (0.949), (0.960), (0.964) dan (0.972) diartikan pelayanan tidak memuaskan karena pada keseluruhan atribut terdapat dibawah  $Q > 1$ , kemudian rata-rata nilai (Q) nya yang didapatkan adalah sebesar 0.957.

**Pengolahan Data Metode Importance Performance Analysis**

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan sebagai identifikasi melalui atribut-atribut kualitas pelayanan baik melalui kinerja yang diberikan oleh *Gym* dan harapan dari pelanggan *Ray Gym*. Metode ini menggunakan interpretasi bentuk grafik (derajat kartesius) sehingga untuk mengetahui posisi tiap-tiap atribut yang diteliti dibutuhkan hasil skor rata-rata penilaian baik persepsi kualitas pelayanan maupun harapan kualitas pelayanan dari pelanggan *Ray Gym*. Dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5. Skoring Dimensi Importance Performance Analysis (IPA)**

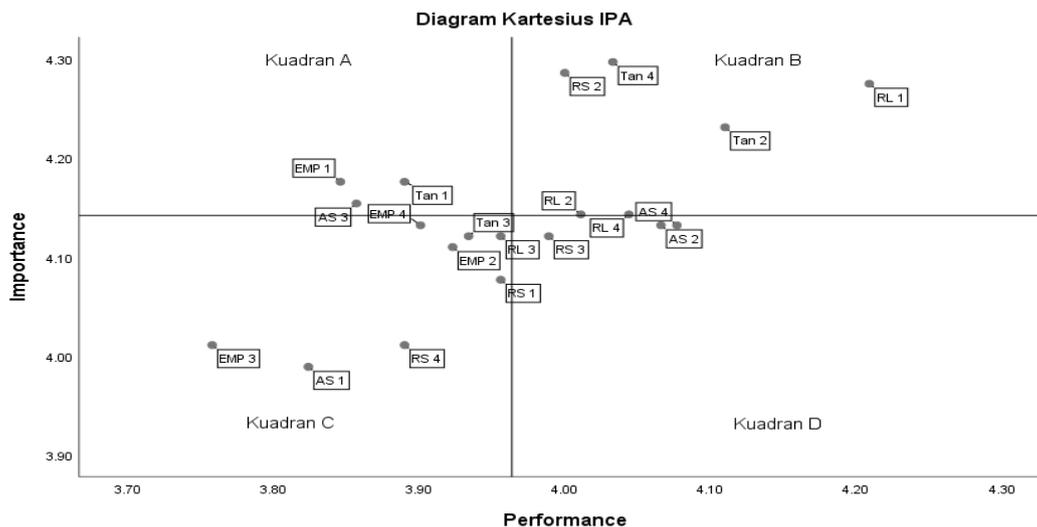
Atribut No.	Performance (P)	Importance (H)
TAN 1	3.89	4,18
TAN 2	4.11	4.23
TAN 3	3.93	4.12
TAN 4	4.03	4.30
RL 1	4.21	4.28
RL 2	4.01	4.14
RL 3	3.96	4.,12
RL 4	4.04	4.14
RS 1	3.96	4.08
RS 2	4.00	4.29
RS 3	3.99	4.12
RS 4	3.89	4.01
AS 1	3.82	3.99
AS 2	4.07	4.13
AS 3	3.86	4.15
AS 4	4.08	4.13
EMP 1	3.85	4.18
EMP 2	3.92	4.11
EMP 3	3.76	4.01
EMP 4	3.90	4.13
<b>Total Score=</b>	<b>79,3</b>	<b>82,8</b>

(Sumber: Penulis, 2022)

Selanjutnya dalam penggunaan metode *importance performance analysis* (IPA) diperlukan untuk mencari titik potong yang terpisah diantaranya sumbu (x) sebagai *performance* sedangkan sumbu (y) untuk *importance*. Untuk mencari titik tersebut dapat menggunakan rumus sebagai berikut ini.

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{20} = \frac{79,3}{20} = 3,97 \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Y}{20} = \frac{81,4}{20} = 4,07$$

Dalam penelitian ini, pembuatan diagram kartesius menggunakan *software Microsoft excel*, IBM SPSS 25, berikut ini adalah hasil dari *output* diagram kartesius *Ray Gym*.



Gambar 3 Diagram kartesius IPA

- 1) **Kuadran A (*Concentrate Here/Prioritas Utama*)**  
Kuadran ini menunjukkan posisi atribut yang dianggap penting oleh pelanggan
- 2) **Kuadran B (*Keep Up The Good Work/Pertahankan Prestasi*)**  
Kuadran ini menunjukkan posisi atribut yang dianggap penting oleh pelanggan
- 3) **Kuadran C (*Low Priority/Prioritas Rendah*)**  
Kuadran ini menunjukkan posisi atribut yang dianggap tidak penting oleh pelanggannya dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan pun tidak baik
- 4) **Kuadran D (*Possible Overkill / Berlebihan*)**  
Kuadran menunjukkan posisi atribut yang dianggap kepentingannya rendah oleh pelanggan namun pelayanan yang diberikan perusahaan baik, sehingga dianggap berlebihan terhadap atribut tersebut dan diperlukan pengurangan aktivitas atau penghematan dalam sumber daya.

### Analisis Metode Kaizen

Berdasarkan hasil analisis dari *service quality* dan *importance performance analysis* terdapat beberapa usulan perbaikan guna untuk memperbaiki pada atribut-atribut tertentu. Hasil dari *servqual* dan *importance performance analysis* memiliki nilai gap score dari yang terbesar hingga terkecil, nilai yang terkecil akan dianalisis dengan menggunakan metode kaizen yang memiliki konsep PDCA.

Analisis kaizen merupakan strategi yang dilakukan untuk dapat memperbaiki secara terus menerus, Langkah awal ataupun pertama dari kaizen yaitu dengan menerapkan PDCA (*plan-do-check-act*).

Tabel 6. Atribut perbaikan kaizen

No Atribut	Perencanaan	Tindakan	Waktu	Pelaksanaan
Tan 2	Memiliki Peralatan <i>gym</i> yang memadai	Menambahkan Alat <i>gym</i> sesuai kebutuhan kebugaran badan	Per 1-2 Tahun	Pemilik Gym
RL 1	Pelayanan yang diberikan secara adil terhadap sesama anggota <i>gym</i>	Tidak membandingkan sesama anggota <i>gym</i> lainnya, memberikan pelayanan secara maksimal untuk mendapatkan atau terciptanya pelayanan yang baik	Setiap Hari Bekerja	Karyawan, Pelatih dan Pemilik
RS 1	Pelatih memberikan informasi baik dan jelas terhadap anggota <i>gym</i>	Memberikan edukasi informatif secara jelas, terperinci terkait program-program kebugaran di tempat <i>gym</i> tersebut	Setiap Hari Bekerja	Pelatih
AR 2	Pihak <i>gym</i> memberikan rasa aman dan nyaman saat latihan	Meningkatkan rasa aman saat latihan berlangsung seperti pengawasan untuk setiap anggota <i>gym</i> yang masih baru belajar dengan menambahkan struktur pelatih yang siap mengedukasi saat latihan berlangsung	Setiap Hari Bekerja	Pemilik Gym, Pelatih dan Karyawan
EMP 2	Karyawan memberikan pelayanan dengan baik.	Melayani dengan baik dan segera saat jika ada anggota <i>gym</i> yang membutuhkan	Setiap Hari Bekerja	Karyawan

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pengolahan data dengan menggunakan metode *Servqual*, IPA dan Kaizen di Ray Gym, mendapatkan kesimpulan dalam penelitian ini jika berdasarkan hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan metode *servqual* untuk dapat mencari nilai gap dari persepsi dengan harapan, diperoleh pada masing-masing nilai gap antara persepsi dan harapan memiliki nilai negatif (-), dapat diartikan bahwa terdapat kinerja yang diberikan langsung oleh pelayanan perusahaan tersebut belum memenuhi. Dari beberapa nilai *gap score* tersebut menghasilkan nilai kualitas pelayanan yaitu 0.949, 0.972, 0.960, 0.964 dan 0.939 sehingga didapatkan nilai rata-rata sebesar 0.957 yang dimana nilai tersebut masih kurang dari nilai 1 ( $Q < 1$ ) maka hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diterima oleh pelanggan belum memenuhi. Walaupun memiliki nilai negatif akan tetapi untuk rata-rata nilai keseluruhan pada persepsi yaitu 3,9 dan 4,0 yang dimana artinya pelayanan yang diberikan baik sehingga antara persepsi dan harapan tidak terlalu jauh untuk perbedaan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil dari pengolahan melalui metode *Importance Performance Analysis* (IPA) didapatkan 3 atribut perbaikan pelayanan pada Ray Gym, yaitu sebagai berikut:

1. Atribut Tan 1 Area parkir yang baik dan luas.
2. Atribut Emp 1 Kepekaan terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh gym.
3. Atribut AS 3 Pergantian *spare part* terhadap alat Latihan gym pada waktunya.

Kemudian hasil pengolahan dengan metode kaizen didapatkan usulan perbaikan pada masing-masing yang mewakili variabel dimensi yaitu:

1. Tan 2 Memiliki peralatan gym yang memadai.
2. RL 1 Pelayanan yang diberikan secara adil terhadap sesama anggota gym.
3. RS 1 Pelatih memberikan informasi baik dan jelas terhadap anggota gym.
4. AR 2 Pihak gym memberikan rasa aman dan nyaman saat Latihan.
5. EMP 2 Karyawan memberikan pelayanan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Maulana, F. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Experiential Marketing terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pusat Kebugaran D ' Gym Apita Cirebon*. 2(2), 1–10.
- Nugrahani, P. A. M., Adi, I. A. S. P., & Darmaputra, I. P. G. E. (2022). Menjaga Standar Kualitas Pelayanan Guest Service Agent dengan PDCA pada Masa New Normal: Studi Kasus sebuah Hotel di Uluwatu, Bali. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 11(2), 106–114. <https://doi.org/10.52352/jbh.v11i2.855>
- Othman, B., Harun, A., Rashid, W., & Ali, R. (2019). The impact of Umrah service quality on customer satisfaction towards Umrah travel agents in Malaysia. *Management Science Letters*, 9, 1763–1772. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.6.014>
- Oviyatama, M., Iskandarsyah, I., & Sastra, H. Y. (2019). Aplikasi Integrasi Metode *Servqual*, Quality Function Deployment (Qfd), Dan Kaizen Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Operasional (Studi Kasus: Pt. Bank Central Asia, Tbk - Cabang Banda Aceh). *Jurnal Sains Dan Teknologi Reaksi*, 16(2), 1–8. <https://doi.org/10.30811/jstr.v16i2.1007>
- Shieh, J., Huang, K., & Wu, H. (2019). Service quality evaluation of a geriatric long-term care : A combination of SERVQUAL model and importance-performance analysis. *Journal of Statistics and Management Systems*, 0510. <https://doi.org/10.1080/09720510.2018.1555080>
- Siyoto, S., & Sodik, A. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (2015th ed.). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (19th ed.). Alfabeta.