



Analisa Kepuasan Pelanggan Pada *Platform Game Steam* Dengan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*

Bryan Arya Pangestu[✉], Iriani

Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

e-mail: bryanarya02@gmail.com[✉], irianiupn@gmail.com

ABSTRAK

Perdagangan yang sedang marak pada masa modern ini adalah perdagangan digital berupa video game. Banyaknya perusahaan digital yang mulai muncul untuk menawarkan layanan DRM agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat atas video game menyebabkan ketatnya persaingan. Steam merupakan salah satu platform e-commerce produk digital game berbasis komputer yang mengalami kenaikan tanggapan negatif pada tahun 2021 karena tidak puasnya pengguna atas pelayanan yang didapat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Steam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Importance-Performance Analysis (IPA) yang merupakan suatu metode untuk meneliti tingkat kepuasan pada tiap elemen dalam kualitas layanan untuk perencanaan perbaikan atau pengembangan. Hasil dari penelitian dengan metode Importance Performance Analysis dari 13 atribut pelayanan Steam didapatkan rata-rata kesesuaian sebesar 89%. Hal ini menunjukkan bahwa layanan telah memenuhi harapan konsumen namun masih perlu dilakukan perbaikan. Ditinjau dari diagram kartesius, terdapat 3 atribut yang dianggap paling penting bagi pengguna yakni adanya garansi produk digital, keamanan produk digital yang ada di akun pengguna, keamanan dan ketepatan sistem pembayaran.

Kata Kunci: *Game, Kualitas Pelayanan, Importance-Performance Analysis, Kepuasan Pelanggan*

Customer Satisfaction Analysis of the Steam Game Platform Using the Importance Performance Analysis (IPA) Method

ABSTRACT

The most demanded trade in modern era is digital trade specifically video games. The number of digital companies that have started to emerge to offer DRM services in order to meet the community's need for video games has led to intense competition. Steam is one of the e-commerce platforms for computer-based digital game products that experienced an increase in negative responses in 2021 due to dissatisfied users with the services they received. This research aims to analyze customer satisfaction with the services provided by Steam. The method used in this research is Importance-Performance Analysis (IPA) which is a method to measure the level of satisfaction in each element in service quality for improvement or development plan. The results of the study using the Importance Performance Analysis method of 13 Steam service attributes obtained an average level of concordance of 89%. This shows that service quality has fulfilled customer's expectations but it still needs to be improved. Judging from the Cartesian diagram, there are 3 attributes that are considered the most important for users, namely the existence of digital product guarantees, security of digital products in user accounts, security and accuracy of payment systems

Keywords: *Game, Service Quality, Importance-Performance Analysis, Customer Satisfaction*



I. PENDAHULUAN

Steam merupakan salah satu *platform e-commerce* produk digital yang diciptakan oleh Valve Corporation. Valve pertama kali meluncurkan *platform* Steam pada tahun 2003 yang akhirnya berkembang pesat hingga kini. *Platform* ini menawarkan layanan *Digital Right Management* (DRM), permainan video multi-pemain, jejaring sosial, dan *streaming* video. Steam menjual *game* berbasis komputer. Ditinjau dari data yang ada di SteamDB yang ditulis oleh Djundik (2021), Pengguna aktif Steam mencapai 22 juta orang pada tahun 2020 dan di tahun 2021 jumlahnya meningkat hingga mencapai 26 juta orang. Ditinjau dari statistika yang diunggah oleh Clement (2021), Steam telah diakses sebanyak 120 juta kali tiap bulannya. Clement (2022) juga menjelaskan bahwa Epic Game Store telah diakses lebih dari 62 juta kali tiap bulannya. McAloon (2020) yang diunggah pada Informa, menyatakan bahwa Ubisoft telah diakses sebanyak 34 juta kali tiap bulannya. Steam merupakan *platform* yang paling diminati dengan banyak fiturnya daripada *platform* sejenis seperti Ubisoft dan Epic Games Store. Hal ini diakibatkan karena kemudahan dalam mengakses layanan *platform*. Pembayaran dari Steam sendiri menggunakan uang virtual khusus yang disebut Steam Wallet dan Paypal. Uang virtual ini biasanya dijual oleh perusahaan pihak ketiga yang merupakan distributor uang virtual di Indonesia.

Sebagai *platform* yang berkualitas, Steam telah mengupayakan memberikan pelayanan yang terbaik namun nyatanya masih terdapat kendala yang belum teratasi sepenuhnya. Permasalahan yang sedang dihadapi oleh Steam adalah banyaknya tanggapan negatif memasuki tahun 2021 bersamaan dengan bertambahnya jumlah pengguna. Dari *sampling* mandiri di Steam Community pada 18 November 2021, dari 80 orang pengguna, 30 diantaranya memiliki tanggapan yang negatif yang berarti 37,5% tidak puas akan pelayanan yang diberikan. Sedangkan pada tahun 2020, tanggapan negatif hanya mencapai 15% dari 80 orang pengguna. Tanggapan negatif yang diterima berkaitan dengan kualitas pelayanan dan sistem pembayaran. Hal ini ditinjau dari jumlah opini yang menyatakan bahwa pelayanan dari pihak Steam yang lama, bantuan pelayanan yang tidak menyelesaikan permasalahan, banyaknya penipuan ketika membeli uang virtual di pihak ketiga, dan tidak tersedia ganti rugi atas kehilangan yang bukan dikarenakan pengguna. Bertambahnya pengguna *platform* ini seharusnya menjadi acuan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu analisa untuk meninjau tingkat kepuasan pelanggan atas layanan yang diberikan oleh Steam dan atribut yang harus diperbaiki untuk pengembangan kualitas layanan.

Lusianti (2017) menjelaskan mengenai *Importance-Performance Analysis* (IPA) yang merupakan suatu metode untuk meneliti tingkat kepuasan pada tiap elemen dalam kualitas layanan lalu merencanakan tindakan yang diperlukan untuk memperbaiki, mengembangkan, dan mengoptimalkan layanan yang ada. Kelebihan metode IPA adalah pihak manajemen dapat dengan cepat dan tepat mengambil tindakan untuk mengatasi ketidakpuasan pelanggan. Dengan adanya permasalahan yang terjadi di Steam, maka akan dilakukan penelitian untuk menganalisa kepuasan pelanggan agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan sistem pembayaran agar lebih efektif dan efisien. Penelitian dilakukan di *platform game* Steam dan tidak di *platform* lain karena *platform* Steam memiliki potensi yang besar dan pengguna yang unggul. Namun dengan persaingan yang ketat, keadaan ini dapat berubah sewaktu-waktu. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan mampu memenuhi keinginan pelanggan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Video Games

Video *game* telah berkembang di industri hiburan, khususnya permainan yang awalnya dioperasikan dengan koin, sekarang mengalami kemajuan yang pesat dan dapat dioperasikan dengan berbagai perangkat seperti komputer, *mobile phone*, dan internet (Cade, 2017). Ananda (2020) menjelaskan pengertian video *game* yaitu suatu permainan yang diciptakan dengan bantuan program komputer yang nantinya ditampilkan di berbagai perangkat visual

serta dapat dioperasikan menggunakan *keyboard*, *joystick*, konsol atau perangkat lainnya. *Video game* dapat dimainkan melalui sejumlah perangkat, seperti perangkat konsol, komputer (baik *offline* maupun *online*), atau *gadget*.

B. Jasa

Menurut Faizin (2017), jasa adalah suatu aktivitas ekonomi yang menghasilkan suatu produk nonfisik dimana proses produksi dan konsumsi dilakukan di waktu yang hampir bersamaan. Dalam bukunya, Kotler (2012) menambahkan bahwa jasa adalah kegiatan tidak berwujud bernilai guna yang ditawarkan oleh seseorang, organisasi, atau perusahaan kepada konsumen atau orang lain dan tidak memiliki unsur kepemilikan. Selain itu, jasa juga memiliki beberapa elemen yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran suatu perusahaan, antara lain:

- a. *Intangibility* (Tidak Berwujud)
Produk jasa merupakan produk yang tidak memiliki bentuk fisik sehingga tidak dapat ditangkap oleh panca indra sebelum dikonsumsi.
- b. *Inseparability* (Tidak Terpisahkan)
Penawar jasa atau orang yang menyediakan jasa merupakan elemen yang tidak dapat dipisahkan dari produk jasa tersebut sehingga konsumen harus berinteraksi langsung dengan penyedia jasa saat menggunakan produk jasa tertentu.
- c. *Variability* (Bervariasi)
Penyedia jasa memiliki kualitas yang bermacam-macam baik dari segi orang yang melakukan, waktu dan tempat penyedia menghasilkan jasa tersebut sehingga dalam satu perusahaan atau organisasi penyedia jasa dapat menghasilkan produk yang bervariasi kualitasnya.
- d. *Perishability* (Mudah Musnah)
Produk jasa tidak dapat dikonsumsi di masa yang akan datang dan mudah musnah yang artinya masa berlaku jasa tersebut hanya pada periode yang terbatas dan tidak dapat dialihkan ke orang lain setelah mengalami pemakaian (Mudie dkk, 2006).

C. Kualitas Pelayanan

Zainollah (2019) berpendapat bahwa kualitas adalah karakteristik atau sifat barang dan jasa baik internal maupun eksternal yang berpengaruh pada nilai guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan adalah nilai unggul yang diharapkan pelanggan atas suatu layanan. Apabila layanan yang didapatkan dapat memenuhi harapan, maka kualitas pelayanan dinilai berkualitas baik dan memuaskan serta dapat menarik pelanggan (Budhi, 2017). Penyedia jasa harus tepat dalam menentukan tindakan sehingga keunggulan yang ada di suatu layanan dapat menyelesaikan masalah atau kebutuhan yang dihadapi oleh konsumen (Putra, 2021).

Ada beberapa dimensi yang menjadi tolak ukur tingkat kualitas suatu pelayanan. Hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu definisi yang memiliki penilaian multidimensi. Berikut dimensi yang sering digunakan oleh para peneliti antara lain:

- a. *Tangible* (Bukti Fisik), yaitu nilai aspek nyata atau fisik yang ditawarkan penyedia jasa kepada pelanggan dalam hal kepedulian dan perhatian
- b. *Reliability* (keandalan), yaitu nilai pelayanan dalam memberikan layanan sebagaimana informasi saat proses penawaran pelayanan.
- c. *Responsiveness* (Daya Tangkap), yaitu kemauan atau keinginan dalam membantu dan memberikan layanan yang tepat pada pelanggan.
- d. *Assurance* (jaminan), yaitu dimensi yang berfokus pada kemampuan untuk menciptakan rasa aman dan sebagai simbol yang dapat meyakinkan pelanggan untuk memakai suatu layanan.
- e. *Empathy* (Empati), yaitu aspek yang berfokus pada sikap karyawan sebagai individu, mengerti kebutuhan pelanggan dan sikap peduli berupa perhatian secara individual

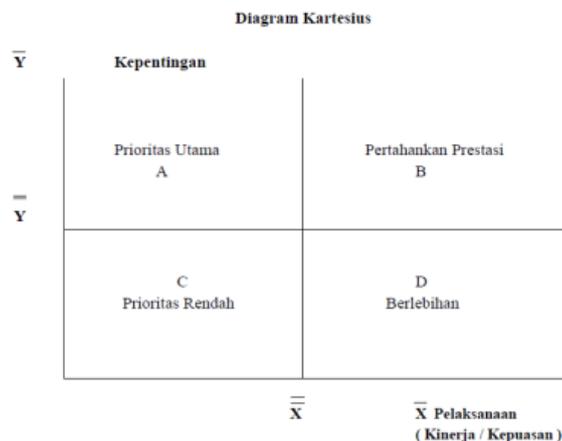
D. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan perasaan seseorang yang timbul akibat perbandingan kesannya terhadap hasil kinerja yang didapatkan atau dirasakannya dari suatu produk baik jasa maupun barang (*perceived performance*) dan harapan dari konsumen (*expectation*). Kepuasan yang baik dapat dikatakan sebagai sebuah penilaian dimana tingkat perbandingan hasil kinerja minimal sama atau melampaui harapan dari target konsumen pemasarannya (Budhi, 2017). Ditinjau dari pernyataan Zakaria (2019), ada beberapa metode yang biasa dipakai untuk mengukur dan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

E. Importance-Performance Analysis (IPA)

Importance-Performance Analysis (IPA) yakni suatu cara yang bermanfaat guna mengenali atribut-atribut yang dimiliki oleh penyedia jasa yang membutuhkan perbaikan dan dari hasil metode ini dapat dibuat skala prioritas atribut yang harus didahulukan (Shia, et al. 2016). Metode IPA merupakan metode yang sederhana. Metode ini juga biasa disebut dengan *Quadrant Analysis*.

IPA mempunyai fungsi utama yaitu menunjukkan data terkait atribut jasa yang berdasarkan opini konsumen perlu dioptimalkan karena kualitas yang belum memuaskan. Metode ini mengkombinasikan pengukuran elemen persepsi dengan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Perbaikan kualitas tanpa memperhatikan opini pelanggan akan mengakibatkan kepuasan pelanggan yang rendah karena konsumen mendapatkan apa yang tidak diharapkan (Rahmaini, 2018). Grafik dua dimensi itu biasa disebut diagram kartesius dan dapat dilihat Gambar 1:



Gambar 1. Diagram Kartesius

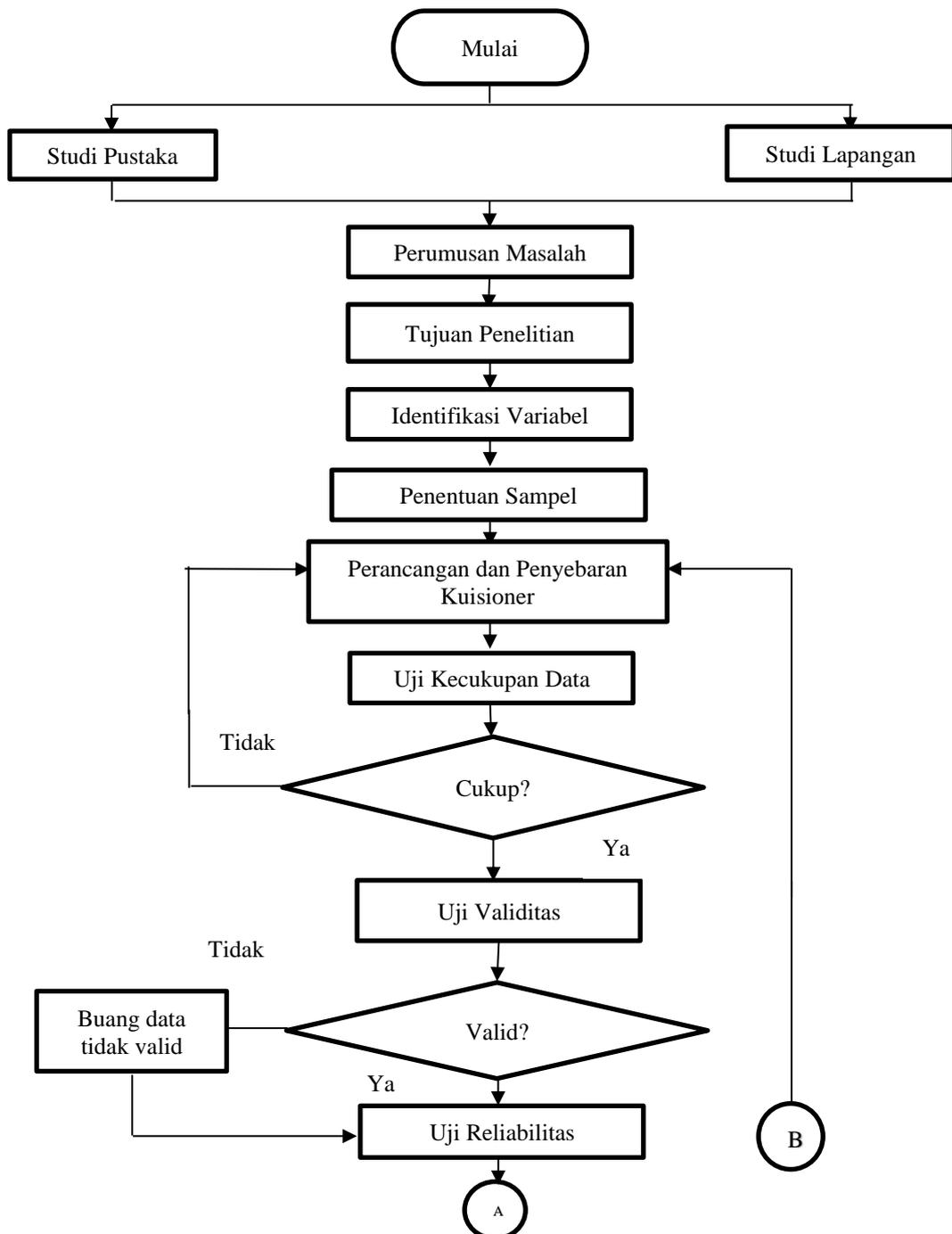
Diagram di atas memiliki beberapa arti di setiap bagiannya seperti yang dijelaskan oleh Siyamto (2017), sebagai berikut:

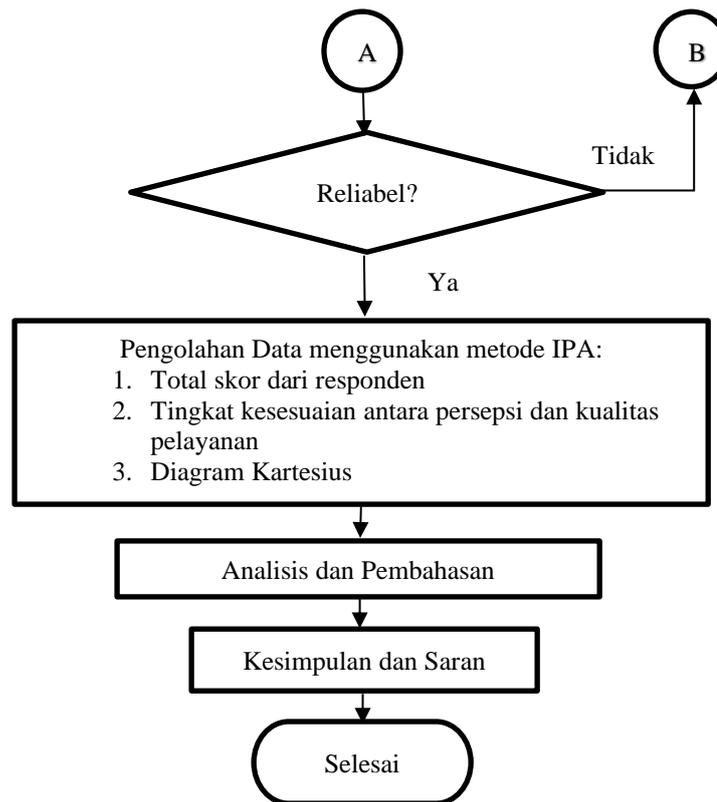
- a. **Prioritas Utama (*Concentrate Here*)**
 Pada kuadran ini, terletak atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi dan sangat diharapkan oleh pelanggan namun performa perusahaan perlu ditingkatkan lagi karena belum memuaskan serta perlu mengalokasikan sumber daya dan merancang strategi untuk pengoptimalan atribut di kuadran ini.
- b. **Pertahankan Prestasi (*Keep Up the Good Work*)**
 Pada kuadran ini, terdapat atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan mampu menjadi atribut pendukung kepuasan sehingga perusahaan diharapkan menjaga hasil kinerja yang telah dilakukan sebelum atau meningkatkannya apabila mungkin

- c. Prioritas Rendah (*Low Priority*)
 Pada kuadran ini, terletak atribut yang memiliki hasil kinerja yang rendah namun tidak dianggap terlalu penting karena mempunyai nilai ekspektasi yang rendah sehingga perusahaan tidak harus memperhatikan lebih atribut ini
- d. Berlebihan (*Possibly Overkill*)
 Kuadran yang mempunyai atribut dengan kinerja yang baik namun tidak memiliki ekspektasi yang tinggi sehingga perusahaan mampu memindahkan alokasi sumber daya dari atribut ini ke atribut yang lebih penting

III. METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menganalisa tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh Steam menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA). Berikut merupakan langkah-langkah dalam melakukan penelitian ini:





Gambar 2. Langkah-Langkah Pemecahan Masalah

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Atribut Kuesioner

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi atau ekspektasi konsumen dan kualitas pelayanan. Variabel bebas ini didapatkan melalui indikator sebagai berikut:

Tabel I
Variabel Bebas

No	Dimensi Kualitas	Atribut Pelayanan Steam	Persepsi	Harapan	Kode
1	Reliability	Ketepatan waktu pengerjaan layanan transaksi dan penyelesaian masalah dengan waktu selesai yang diberikan karyawan	A1	B1	K1
2		Hasil transaksi digital dan layanan <i>problem-solving</i> yang sesuai	A2	B2	K2
3		Ketersediaan dan kelengkapan data historis mengenai profil pelanggan	A3	B3	K3
4		Kemudahan dalam pemakaian aplikasi	A4	B4	K4
5		Sistem pembayaran yang fleksibel	A5	B5	K5
6	Responsive-ness	Kecepatan <i>maintenance</i> aplikasi yang dilakukan secara berkala	A6	B6	K6
7		Karyawan tanggap akan keluhan pelanggan	A7	B7	K7
8	Assurance	Adanya garansi produk digital	A8	B8	K8
9		Keamanan produk digital yang ada di akun pengguna	A9	B9	K9
10		Keamanan dan ketepatan sistem pembayaran	A10	B10	K10
11	Empathy	Penjelasan <i>customer service</i> mengenai masalah yang mudah dipahami	A11	B11	K11
12		<i>Customer service</i> memberikan kenyamanan saat melayani pelanggan	A12	B12	K12
13		<i>Customer service</i> selalu bersikap sopan	A13	B13	K13

Variabel terikat merupakan variabel hasil pengaruh dari keberadaan variabel bebas. Variabel terikat ini akan berubah hasilnya tergantung dari variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan pelanggan.

B. Karakteristik Responden

Dibawah ini merupakan karakteristik responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini :

Tabel II
Karakteristik Responden

NO	Karakteristik Responden	Kelompok	Angka	%
1	Umur	18 Tahun	1 orang	1%
		19 tahun	1 orang	1%
		21 tahun	8 orang	8%
		22 tahun	65 orang	65%
		23 tahun	17 orang	17%
		24 tahun	4 orang	4%
		>25 tahun	4 orang	4%
2	Jenis Kelamin	Wanita	31 orang	31%
		Pria	69 orang	69%
2	Pekerjaan	Wiraswasta	4 orang	4%
		PNS	1 orang	1%
		Karyawan Swasta	15 orang	15%
		Mahasiswa/pelajar	75 orang	75%
		Lain-lain	5 orang	5%

C. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan agar mengetahui kevalidan suatu kuesioner atau data yang akan diolah apakah dapat memenuhi tujuan yang diinginkan atau tidak. Pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan sah apabila r hitung $>$ r table. Semakin tinggi nilai suatu instrumen kuesioner maka semakin baik korelasi kuesioner tersebut dengan tujuan pembuatannya (Fraenkel, 2012). Nilai r tabel yang digunakan adalah 0,195 dan taraf signifikan 0,05. Adapun hasil uji validitas kedua jenis sampel sebagai berikut:

Tabel III
Uji Validitas Data Persepsi

NO	Nilai	KETERANGAN
A1	.581	Valid
A2	.561	Valid
A3	.509	Valid
A4	.218	Valid
A5	.681	Valid
A6	.385	Valid
A7	.631	Valid
A8	.743	Valid
A9	.680	Valid
A10	.713	Valid
A11	.397	Valid
A12	.233	Valid
A13	.219	Valid

Tabel IV
Uji Validitas Data Harapan

NO	Nilai	KETERANGAN
B1	.611	Valid
B2	.472	Valid
B3	.517	Valid
B4	.562	Valid
B5	.554	Valid
B6	.426	Valid
B7	.588	Valid
B8	.522	Valid
B9	.655	Valid
B10	.560	Valid
B11	.624	Valid
B12	.580	Valid
B13	.594	Valid

D. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau kehandalan bertujuan untuk mengukur kemampuan data dalam mempertahankan hasil yang sama apabila dilakukan uji ukur ulang dengan objek sama (Dunakhri, 2018). Berikut adalah hasil dari uji validitas pada penelitian ini:

Tabel V
Uji Reliabilitas

Data	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Persepsi	0,777	0,6	Reliabel
Harapan	0,81	0,6	Sangat Reliabel

Ditinjau dari Tabel V, dapat diketahui bahwa nilai cronbach’s alpha sebesar 0,750 untuk data persepsi dimana dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai rhitung > rtabel atau $0,750 > 0,6$ dan sebesar 0,81 untuk data harapan dimana dapat dikatakan sangat reliabel karena memiliki nilai rhitung > rtabel atau $0,81 > 0,6$.

E. Pengolahan Data

Hasil dari ΣX didapatkan dari penilaian akhir kuesioner bagian persepsi atau tingkat kinerja dari Steam Game Sore yang telah disebar dan dijawab oleh 100 orang responden. Nilai yang didapat berasal dari tiap kriteria dikalikan skor lalu ditambahkan sehingga muncul tingkat kinerja tiap atribut. Berikut ini hasil pencarian ΣX yaitu:

Tabel VI
Hasil Penilaian Kuesioner Akhir Tingkat Kinerja

Atribut	Tingkat Kinerja (X)					ΣX
	Skor 5 (Sangat Puas)	Skor 4 (Puas)	Skor 3 (Cukup Puas)	Skor 2 (Kurang Puas)	Skor 1 (Tidak Puas)	
A1	19	66	14	1	0	403
A2	39	38	21	2	0	414
A3	23	65	11	1	0	410
A4	34	57	8	0	1	423
A5	7	5	60	22	6	285
A6	10	71	19	0	0	391
A7	14	44	30	11	1	359
A8	9	15	24	44	8	273
A9	14	31	35	15	5	334
A10	15	29	28	22	6	325
A11	35	50	13	2	0	418
A12	31	61	6	2	0	421
A13	42	51	4	2	1	431

Dari Tabel 6, baris yang berwarna oranye menandakan atribut pelayanan Steam yang memiliki tingkat kinerja tertinggi oleh pengguna Steam. Atribut yang ini adalah sikap sopan *customer service* kepada pelanggan saat melayani pelanggan dengan nilai tertinggi sebesar 431. Sedangkan atribut dengan nilai terendah ditandai dengan warna ungu pada Tabel 6 yang merupakan atribut garansi produk digital. Hal ini berarti sikap *customer service* Steam telah memenuhi kebutuhan pelanggan namun garansi atas produk digital dirasa kurang memuaskan.

Hasil dari ΣY didapatkan dari penilaian akhir kuesioner bagian harapan atau tingkat kepentingan dari Steam Game Sore yang telah disebar dan dijawab oleh 100 orang responden. Berikut ini hasil pencarian ΣY yaitu:

Tabel VII
Hasil Penilaian Kuesioner Akhir Tingkat Kepentingan

Atribut	Tingkat Kepentingan (Y)					ΣY
	Skor 5 (Sangat Puas)	Skor 4 (Puas)	Skor 3 (Sangat Puas)	Skor 2 (Kurang Puas)	Skor 1 (Sangat Puas)	
B1	32	B1	32	B1	32	424
B2	56	B2	56	B2	56	453
B3	27	B3	27	B3	27	403
B4	39	B4	39	B4	39	425
B5	36	B5	36	B5	36	422
B6	14	B6	14	B6	14	347
B7	31	B7	31	B7	31	420
B8	29	B8	29	B8	29	423
B9	39	B9	39	B9	39	429
B10	57	B10	57	B10	57	452
B11	40	B11	40	B11	40	419
B12	39	B12	39	B12	39	430
B13	58	B13	58	B13	58	451

Dari Tabel VII, baris yang berwarna oranye menandakan atribut pelayanan Steam yang memiliki tingkat kinerja tertinggi oleh pengguna Steam. Atribut yang ini adalah sikap sopan *customer service* kepada pelanggan saat melayani pelanggan dengan nilai tertinggi sebesar 431. Sedangkan atribut dengan nilai terendah ditandai dengan warna ungu pada Tabel VII yang merupakan atribut garansi produk digital. Hal ini berarti sikap *customer service* Steam telah memenuhi kebutuhan pelanggan namun garansi atas produk digital dirasa kurang memuaskan.

F. Tingkat Kesesuaian

Hasil dari 13 atribut didapat dari tingkat kinerja dibagi dengan tingkat kepentingan lalu dikalikan 100% sebagai berikut:

Tabel VIII
Tingkat Kesesuaian Antara Persepsi Dan Harapan Responden

Atribut	ΣX	ΣY	Tingkat Kesesuaian	%
Ketepatan waktu pengerjaan layanan transaksi dan penyelesaian masalah dengan waktu selesai yang diberikan karyawan	403	424	0,95	95%
Hasil transaksi digital dan layanan <i>problem-solving</i> yang sesuai	414	453	0,91	91%
Ketersediaan dan kelengkapan data historis mengenai profil pelanggan	410	403	1,02	102%
Kemudahan dalam pemakaian aplikasi	423	425	1,00	100%
Sistem pembayaran yang fleksibel	285	422	0,68	68%
Kecepatan <i>maintenance</i> aplikasi yang dilakukan secara berkala	391	347	1,13	113%
Karyawan tanggap akan keluhan pelanggan	359	420	0,85	85%

Atribut	ΣX	ΣY	Tingkat Kesesuaian	%
Adanya garansi produk digital	273	423	0,65	65%
Keamanan produk digital yang ada di akun pengguna	334	429	0,78	78%
Keamanan dan ketepatan sistem pembayaran	325	452	0,72	72%
Penjelasan <i>customer service</i> mengenai masalah yang mudah dipahami	418	419	1,00	100%
<i>Customer service</i> memberikan kenyamanan saat melayani pelanggan	421	430	0,98	98%
<i>Customer service</i> selalu bersikap sopan	431	451	0,96	96%
Rata-Rata			0,89	89%

Ditinjau dari perhitungan tingkat kesesuaian pada Tabel 8, didapatkan nilai kesesuaian dengan rentang antara 65% sampai dengan 113%. Nilai kesesuaian ini memiliki rata-rata sebesar 89%. Atribut yang memiliki nilai terendah sebesar 65% adalah garansi produk digital. Hal ini dikarenakan pengguna Steam ingin mendapatkan layanan garansi di setiap produk digital yang dimiliki baik *software* ataupun *games*, namun atribut ini belum berjalan dengan baik dan perlu dilakukan perbaikan lebih lanjut. Atribut yang memiliki nilai tertinggi sebesar 113% adalah kecepatan *maintenance* aplikasi. Hal ini dikarenakan keinginan pelanggan atau pengguna telah terpenuhi sangat baik dengan kualitas dan kecepatan *maintenance* yang tinggi. Menurut Lodhita (2014), rata-rata kesesuaian sebesar 89% berarti hubungan kesesuaian antara tingkat kinerja dengan kepentingan sangat baik apabila dilihat dari persentase teori antara 80-100% yang berarti kinerja masing-masing atribut telah memenuhi harapan konsumen namun masih perlu dilakukan perbaikan.

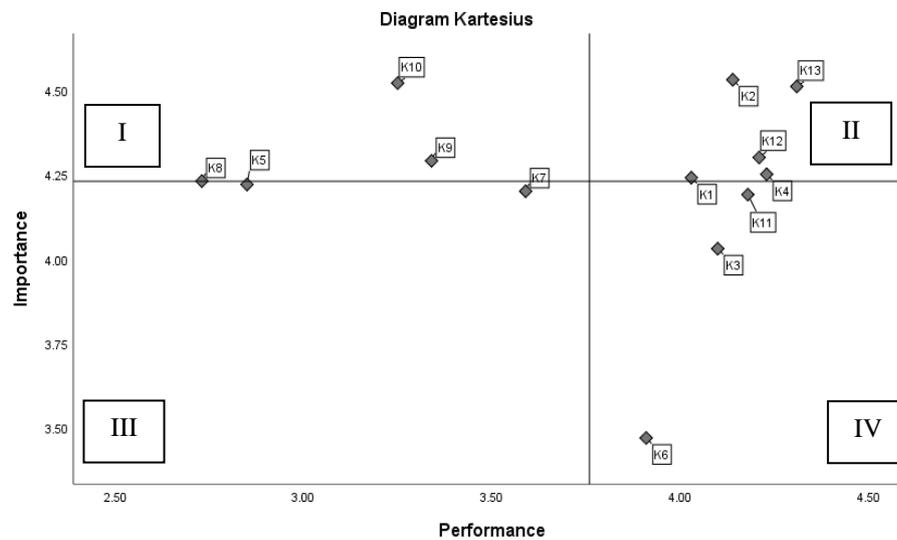
G. Diagram Kartesius

Hasil perhitungan rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja dapat dilihat pada Tabel 9 dibawah ini:

Tabel IX
Rata-Rata Tingkat Kepentingan Dan Kinerja

Atribut	ΣX	ΣY	Rata - Rata X	Rata - Rata Y
Ketepatan waktu pengerjaan layanan transaksi dan penyelesaian masalah dengan waktu selesai yang diberikan karyawan	403	424	4,03	4,24
Hasil transaksi digital dan layanan <i>problem-solving</i> yang sesuai	414	453	4,14	4,53
Ketersediaan dan kelengkapan data historis mengenai profil pelanggan	410	403	4,1	4,03
Kemudahan dalam pemakaian aplikasi	423	425	4,23	4,25
Sistem pembayaran yang fleksibel	285	422	2,85	4,22
Kecepatan <i>maintenance</i> aplikasi yang dilakukan secara berkala	391	347	3,91	3,47
Karyawan tanggap akan keluhan pelanggan	359	420	3,59	4,2
Adanya garansi produk digital	273	423	2,73	4,23
Keamanan produk digital yang ada di akun pengguna	334	429	3,34	4,29
Keamanan dan ketepatan sistem pembayaran	325	452	3,25	4,52
Penjelasan <i>customer service</i> mengenai masalah yang mudah dipahami	418	419	4,18	4,19
<i>Customer service</i> memberikan kenyamanan saat melayani pelanggan	421	430	4,21	4,3
<i>Customer service</i> selalu bersikap sopan	431	451	4,31	4,51
Rata-Rata			3,76	4,23

Berdasarkan hasil pada Tabel 9, didapatkan hasil \bar{X} dan \bar{Y} yakni berturut-turut sebesar 3,76 dan 4,23. Nilai tersebut nantinya akan digunakan sebagai pembatas untuk membagi 4 daerah pada diagram kartesius. Selanjutnya menjabarkan tiap atribut dalam diagram sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram Kartesius IPA

Berdasarkan Gambar 3, didapatkan alokasi tiap atribut pada 4 kuadran yang ada. Kuadran I meliputi adanya garansi produk digital, keamanan produk digital yang ada di akun pengguna, keamanan dan ketepatan sistem pembayaran. Kuadran II meliputi ketepatan waktu pengerjaan layanan transaksi dan penyelesaian masalah dengan waktu selesai yang diberikan karyawan, hasil transaksi digital dan layanan *problem-solving* yang sesuai, kemudahan dalam pemakaian aplikasi, *customer service* memberikan kenyamanan saat melayani pelanggan, *customer service* selalu bersikap sopan. Kuadran III meliputi sistem pembayaran yang fleksibel, karyawan yang tanggap akan keluhan pelanggan. Kuadran IV meliputi ketersediaan dan kelengkapan data historis mengenai profil pelanggan, kecepatan *maintenance* aplikasi yang dilakukan secara berkala, penjelasan *customer service* mengenai masalah yang mudah dipahami

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- Tingkat kepuasan atau kesesuaian sebesar 89% pengguna atas 13 atribut kualitas pelayanan yang diberikan oleh Steam yang berarti hubungan kesesuaian antara kinerja dengan kepentingan baik dan telah memenuhi harapan konsumen berdasarkan tingkat prioritas yang didapat dari diagram kartesius yaitu Kuadran I meliputi adanya garansi produk digital, keamanan produk digital yang ada di akun pengguna, keamanan dan ketepatan sistem pembayaran; Kuadran II meliputi ketepatan waktu pengerjaan layanan transaksi dan penyelesaian masalah dengan waktu selesai yang diberikan karyawan, hasil transaksi digital dan layanan *problem-solving* yang sesuai, kemudahan dalam pemakaian aplikasi, *customer service* memberikan kenyamanan saat melayani pelanggan, *customer service* selalu bersikap sopan; Kuadran III meliputi sistem pembayaran yang fleksibel, karyawan yang tanggap akan keluhan pelanggan; Kuadran IV meliputi ketersediaan dan kelengkapan data historis mengenai profil pelanggan, kecepatan *maintenance* aplikasi yang dilakukan secara berkala, penjelasan *customer service* mengenai masalah yang mudah dipahami

PUSTAKA

- Ananda, A. Y., & Haryanto, E. V. (2020). Perancangan Game Novel Visual Pengenalan Landmark Seluruh Provinsi Di Indonesia Berbasis Android. *Jurnal FTIK*, 1(1), 844–856.
- Budhi, I. gede kt. T. P., & Sumiari, N. K. (2017). Pengukuran Customer Satisfaction Index Terhadap Pelayanan di Century Gym. *Sisfotenika*, 7(1), 25–37
- Cade, R., & Gates, J. (2017). Gamers and Video Game Culture: An Introduction for Counselors. *Family Journal*, 25(1), 70–75.
- Clement, J. 2021. "Number of peak concurrent Steam users from January 2013 to September 2021" <https://www.statista.com/statistics/308330/number-stream-users/#:~:text=Steam%20had%20approximately%2020%20million,monthly%20active%20users%20in%202019>. Diakses pada 21 Februari 2022.
- Clement, J. 2022. "Number of active users of Epic Games Store worldwide from 2019 to 2021" <https://www.statista.com/statistics/1234012/number-epic-games-store-users/>. Diakses pada 21 Februari 2022.
- Djundik, Paul. (2021). *Steam Chart*. Diakses dari <https://steamdb.info/graph/> pada tanggal 18 November 2021
- Dunakhri, S. (2018). Uji Reliabilitas dan Normalitas Instrumen Kajian Literasi Keuangan. *Prosding Seminar Nasional Lembaga Penelitian Universitas Negeri Makassar*, 249–252.
- Faizin, I. (2017). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah. *Madaniyah*, 7(2), 261–283.
- Fraenkel, J. L., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How To Design And Evaluate Research In Education Eighth Edition*. New York: Mc Graw Hill.
- Kotler, P. A. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lodhita, Heru Eka. 2014. Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) Dan CSI (Customer Satisfaction Index) Studi Kasus Pada Toko Oen, Malang. *Skripsi*. Fakultas Teknologi Pertanian: Universitas Brawijaya
- Lusianti, D. (2017). Pengukuran Kepuasan Peserta JKN Melalui Pendekatan Importance-Performance Analysis. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 16(1), 17
- McAloon, Alissa. 2020. "Ubisoft beats Q4 forecasts, thanks in no small part to player recurring investment" <https://www.gamedeveloper.com/business/ubisoft-beats-q4-forecasts-thanks-in-no-small-part-to-player-recurring-investment>. Diakses pada 21 Februari 2022.
- Putra, Ikbal Rizki. (2021). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Importance-Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI) Studi Kasus: Rumah Makan Family Benteng Bukittinggi. *Skripsi*. Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rahmaini, S. N. (2018). Analisis Kualitas Website Akademik Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance-Performance Analysis (IPA). *Skripsi*. Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Shia, B. C. Mingchih Chen, & Agus David Ramadhan. (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.
- Siyanto, Y. (2017). Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode IPA Dan CSI Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 03(01), 63–76.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Zainollah, Andi. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). *Skripsi*. Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Zakaria, D. G. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(4), 1–18.