

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI

### 2.1. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka diambil dari penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan sekarang. Tinjauan pustaka ini juga bertujuan untuk menentukan metode yang sesuai dan yang akan digunakan dalam penelitian. Dari berbagai tinjauan pustaka yang telah dikumpulkan, terdapat beberapa metode penelitian yang dapat digunakan untuk memperbaiki kualitas pelayanan, diantaranya metode *Servqual*, metode *Importance Performance Analysis* (IPA), metode TRIZ, metode Kano, metode *Index Potential Gain Customer Value*, metode *SIG SIGMA*, hingga metode *Quality Function Deployment* (QFD). Dari sekian banyak metode yang digunakan, metode yang paling efektif untuk digunakan adalah *Servqual* dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Penelitian yang dilakukan oleh Larasati (2020), memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan. Tingkat kepuasan konsumen tersebut dinilai dari berbagai atribut-atribut yang mengalami kendala dan diperlukan perbaikan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Senoji (2020), Sigalingging (2020), Utami dkk. (2022), Novadi dan Mahbubah (2021), Saputra dan Widyaningrum (2022), dan Anggakusumah dkk (2022) juga memiliki segmen yang sama yaitu pada segmen makanan dan minuman. Diperlukan atribut-atribut yang paling dominan untuk dilakukan perbaikan. Tentunya pada penelitian tersebut menggunakan metode yang sama yaitu dengan metode *Servqual* dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho dan Suparto (2021), Oihu dkk (2022), Haryanto dkk (2022), Saputra dkk (2022), dan Zygiari dkk (2022) memiliki tujuan untuk mengetahui mengenai atribut pelayanan servis otomotif. Metode yang digunakan adalah metode *Servqual* dan metode Kano. Dengan metode ini tentunya dapat menghasilkan bagian-bagian dari pelayanan yang belum memenuhi keinginan dari *customer*.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurnia dan Fithri (2021), Ubaidillah dkk (2021), Rizki dkk (2021), dan Dandis dkk (2022) dilakukan pada universitas. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Kano dan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Aspek yang diteliti adalah merupakan penempatan sarana

yang digunakan pada objek yang memerlukan perbaikan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dirang dan Iriani (2021), memiliki tujuan untuk memperbaiki kualitas ruang tunggu pada Pelabuhan Tanjung Perak. Penelitian tersebut menggunakan metode *Servqual* dan metode TRIZ. Penelitian ini dilakukan dengan mencari aspek mana yang dirasa sangat penting dan sangat dibutuhkan oleh pengguna dalam menggunakan ruang tunggu pada pelabuhan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yanti dan Zukarnaen (2021), Djayakusuma dkk. (2022), Jonkisz dkk (2022), dan Jonkisz dkk (2021) memiliki objek yang sama yaitu pada rumah sakit. Metode yang digunakan adalah metode *Servqual* dan metode Kano. Alternatif solusi yang diperlukan memerlukan uji tes terlebih dahulu sebelum diterapkan. Hal ini dilakukan karena perbaikan tersebut dikhawatirkan dapat mengganggu kinerja dari pegawai medis terhadap pasien.

Penelitian yang dilakukan oleh Saragih dkk (2021), dan Suardika dkk (2022) dengan menggunakan metode yang sama yaitu Metode *Servqual* dan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Diperlukan usulan berupa pelatihan insentif terhadap pegawai, karena masalah yang terjadi pada penelitian tersebut ada pada kinerja pegawai.

Penelitian yang dilakukan oleh Indrayana dkk (2022) dengan objek Hotel Kartika Candra di daerah Jakarta Selatan, memiliki tujuan yaitu memperbaiki kualitas pelayanan hotel. Metode yang digunakan adalah metode *Servqual* untuk meninjau atribut-atribut yang masih mengalami kekurangan dan mendapat penilaian kurang baik dari *customer*. Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Saidatuningtyas dkk (2022) dengan objek Kantor Pos di Cimahi, memiliki tujuan untuk memperbaiki kualitas pelayanan jasa pengiriman surat. Terdapat beberapa atribut yang memiliki GAP bernilai negatif dan rata-rata faktor utama yang membuat pelayanan tersebut memerlukan perbaikan adalah adanya keterlambatan saat pengiriman surat kepada tujuan yang dikirim. Penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati dkk (2021) pada *marketplace* Facebook menggunakan metode *Servqual* diperlukan perbaikan pada beberapa atribut diantaranya efisiensi, pemenuhan, sistem ketersediaan, dan privasi terhadap pengguna *marketplace* tersebut.

**Tabel 2.1. Tinjauan Pustaka Terdahulu Terkait dengan Proyek**

No.	Peneliti (Tahun Penelitian)	Aspek Penelitian	Objek Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
1.	Larasati (2020)	Perbaikan Kualitas Layanan Jasa	Enak'e Moro Resto and Coffee	Metode <i>Servqual</i> dan <i>TRIZ</i>	Ketiga metode yaitu <i>Servqual</i> , IPA, dan <i>TRIZ</i> saling berkaitan untuk mengetahui atribut pelayanan yang penting untuk ditingkatkan.
2.	Senoji (2020)	Perbaikan Tingkat Kualitas Pelayanan	Oase Kafe	Metode <i>Servqual</i>	Usulan perbaikan yang dipilih adalah perancangan ulang dokumen instruksi kerja untuk meningkatkan kualitas pelayanan.
3.	Sigalingging (2020)	Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan	Kafe Mitro Kopi	Metode <i>Servqual</i> dan IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> )	Nilai rata-rata persepsi kualitas pelayanan yang diperoleh 3,9697 dan rata-rata nilai harapan konsumen terhadap pelayanan adalah 4,4092, sehingga diperoleh nilai GAP - 0,4395.
4.	Nugroho dan Suparto (2021)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	PT. Graha Service Indonesia	Metode <i>Servqual</i> dan Kano	Terdapat 10 atribut negatif dari total 20 atribut layanan yang diolah menggunakan metode <i>Servqual</i> .
5.	Utami dkk (2022)	Evaluasi Kualitas Pelayanan Pelanggan	Rumah Makan Barokah	Metode <i>Servqual</i> dan <i>Index Potential Gain Customer Value</i>	Terdapat 21 atribut negatif dari total 22 atribut layanan yang diolah menggunakan metode <i>Servqual</i> .

**Tabel 2.1. Lanjutan**

6.	Oihu dkk (2022)	Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan	PT. Dream Sukses Airindo	Metode <i>Servqual</i> dan <i>TRIZ</i>	Diperoleh 5 atribut kualitas pelayanan yang perlu untuk dilakukan perbaikan.
7.	Novadi dan Mahbubah (2021)	Evaluasi Kualitas Pelayanan Pelanggan	Kuma <i>Coffee and Eatery</i> Kabupaten Gresik	Metode <i>Servqual</i> dan <i>Six Sigma</i>	Diperlukannya penelitian lanjutan dengan integrasi metode yang berbeda agar sisi lain yang belum terungkap akan menjadi lebih sempurna.
8.	Saputra dkk (2022)	Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan	Outlet Yosmi Dimsum	Metode <i>Servqual</i> dan <i>Index Potential Gain Customer Value</i>	Diperlukannya penambahan penyimpanan berupa <i>freezer</i> agar outlet dapat melakukan penyediaan barang dengan ukuran yang lebih besar.
9.	Kurnia dan Fithri (2021)	Peningkatan Kualitas Pelayanan	Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana	Metode <i>Servqual</i> dan <i>QFD (Quality Function Deployment)</i>	Seluruh atribut pelayanan memiliki nilai GAP negatif sehingga diperlukan perbaikan keseluruhan pelayanan.
10.	Ubaidillah dkk (2021)	Analisis Kualitas Pelayanan Sistem Pembelajaran Berbasis <i>Online</i>	Program Studi Teknik Industri UPN Jawa Timur	Metode Kano	Keseluruhan atribut pelayanan yang diuji memperoleh nilai GAP negatif dan diperlukan perbaikan.
11.	Rizki dkk (2021)	Analisis Sistem Pelayanan <i>Online</i> pada masa Pandemi <i>Covid-19</i>	Akademik FST UIN SUSKA Riau	Metode Kano	Diperoleh 20 atribut pelayanan dengan 5 diantaranya belum menemui kepuasan dari pelanggan.

**Tabel 2.1. Lanjutan**

12.	Dirang dan Iriani (2021)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Ruang Tunggu Penumpang	Pelabuhan Tanjung Perak	Metode <i>Servqual</i> dan <i>TRIZ</i>	Diperlukan perbaikan kualitas pelayanan pada ruang tunggu pelabuhan tanjung perak secara menyeluruh.
13.	Yanti dan Zulkarnaen (2021)	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Tahun 2016	Rumah Sakit Umum Nusa Tenggara Barat	Metode <i>Servqual</i>	Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan dengan arah hubungan yang positif.
14.	Saragih dkk (2021)	Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan UMKM	UMKM Wilayah Jabodetabek	Metode <i>Servqual</i> dan IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> )	Usulan yang perlu dilakukan adalah pemberian pelatihan secara intensif kepada <i>customer service</i> .
15.	Suardika dkk (2022)	Peningkatan Kualitas Pelayanan	Hero Taman Pinang Indah Sidoarjo	Metode <i>Servqual</i> dan IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> )	Diperlukan adanya strategi khusus dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Hero Taman Pinang Indah.
16.	Anggakusumah dkk (2022)	Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Restoran	Restoran X Bandung	Metode <i>Servqual</i> dan Kano	Rata-rata yang diperoleh dari hasil GAP bernilai negatif sehingga diperlukan adanya perbaikan.

**Tabel 2.1. Lanjutan**

17.	Indrayana dkk (2022)	Perbaikan Kualitas Pelayanan Hotel	Hotel Kartika Candra Jakarta Selatan	Metode <i>Servqual</i> dan IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> )	Nilai rata-rata kualitas pelayanan hotel adalah 0,9273 dan belum bisa dikatakan baik karena masih kurang dari 1.
18.	Djayakusuma dkk (2022)	Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan di Rumah Sakit	RSUD Lembang	Metode Kano	Pengembangan dan perbaikan akan dilakukan oleh pihak manajemen RSUD dengan memperhatikan alternatif perbaikan yang sudah dilakukan.
19.	Haryanto dkk (2022)	Identifikasi Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan	Bengkel Honda Rahmat Motor	Metode <i>Servqual</i> dan Kano	Terdapat 12 atribut yang perlu untuk dilakukan perbaikan.
20.	Saputra dkk (2022)	Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	PT. Thamrin Brothers Sako Kenten	Metode <i>Servqual</i> , IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> )	Diperoleh bahwa seluruh atribut memiliki GAP yang bernilai positif, sehingga kualitas pelayanan sudah memenuhi harapan pelanggan.
21.	Saidatuningtyas dkk (2022)	Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan Jasa	Kantor Pos Cimahi	Metode <i>Servqual</i>	Terdapat 10 atribut dari total 23 atribut memiliki Gap yang bernilai negatif.

**Tabel 2.1. Lanjutan**

22.	Kusumawati dkk (2021)	<i>The Stickiness Intention of Marketplace During Covid-19 Pandemic</i>	Marketplace Facebook	Metode <i>Servqual</i>	Variabel yang digunakan untuk e-Servqual meliputi efisiensi, pemenuhan, sistem ketersediaan, dan privasi.
23.	Zygiaris dkk (2022)	<i>Servqual and Customer Satisfaction in The Post Pandemic World</i>	Saudi Auto Care Industry	Metode <i>Servqual</i>	Penilaian kualitas pelayanan yang dilakukan dengan metode <i>Servqual</i> sangat membantu dalam menemukan usulan perbaikan.
24.	Jonkisz dkk (2022)	<i>Assessment Tool of the Quality of Medical Services</i>	Hospital in Asian Countries	Metode <i>Servqual</i>	Metode <i>Servqual</i> banyak digunakan di berbagai daerah untuk menilai kualitas pelayanan medis yang diberikan.
25.	Jonkisz dkk (2021)	<i>“Old New” Tool for Improving the Quality of Medical Services</i>	Public Healthy	Metode <i>Servqual</i>	Tujuan penelitian adalah untuk menyelidiki/mempelajari/menentukan penggunaan metode SQ dalam identifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian mutu pelayanan oleh pasien.
26.	Dandis dkk (2021)	<i>The Effect of Multidimensional Servqual on Word of Mouth</i>	Campus Healthcare Centers	Metode <i>Servqual</i>	Tujuan dari makalah ini adalah untuk menyelidiki dampak kualitas layanan multidimensi pada kata dari mulut ke mulut di universitas di pusat kesehatan kampus.

## **2.2. Dasar Teori**

Dasar teori diperlukan untuk menunjang perilaku dan panduan dalam menyusun hasil penelitian. Berikut ini adalah beberapa dasar teori yang telah dikumpulkan agar hasil penelitian dapat tercapai.

### **2.2.1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan mengacu pada sejauh mana suatu organisasi atau perusahaan dapat memenuhi atau melebihi harapan pengunjung dalam memberikan layanan (Kotler dan Armstrong, 2017). Kualitas pelayanan dapat diukur melalui berbagai faktor, seperti kecepatan dalam menanggapi pertanyaan pengunjung, kemudahan akses, kejelasan informasi, keamanan, ketersediaan produk atau layanan, keterampilan dan keahlian staf, dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah pengunjung dengan cepat dan efektif.

Terdapat beberapa sumber menurut Kotler dan Armstrong (2017) yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan, di antaranya:

- a. Survei Kepuasan Pengunjung: Survei ini bertujuan untuk mengetahui pandangan pengunjung tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Survei ini dapat dilakukan secara daring atau melalui survei langsung.
- b. Analisis Komplain Pengunjung: Melalui analisis komplain pengunjung, perusahaan dapat mengetahui masalah yang dihadapi oleh pengunjung dalam memperoleh pelayanan dan mencari solusinya.
- c. Kuesioner Kepuasan Karyawan: Karyawan yang merasa puas dengan pekerjaan mereka dan dengan perusahaan tempat mereka bekerja cenderung memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pengunjung.
- d. Audit Internal: Audit internal dapat membantu perusahaan dalam menilai sejauh mana kualitas pelayanan yang diberikan dan menemukan cara untuk meningkatkannya.
- e. Analisis Keluhan Pengunjung: Dengan menganalisis keluhan pengunjung, perusahaan dapat mengetahui masalah yang sering muncul dan menemukan cara untuk memperbaikinya.

Seluruh sumber di atas dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pengunjung.



### **2.2.2. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah kondisi di mana pelanggan merasa puas atau terpenuhi dengan produk atau layanan yang mereka terima dari suatu perusahaan atau organisasi. Hal ini melibatkan persepsi dan penilaian pelanggan terhadap kualitas produk atau layanan yang diterima, serta sejauh mana produk atau layanan tersebut memenuhi harapan atau kebutuhan mereka (Tjiptono, 2016).

Kepuasan pelanggan penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan atau organisasi, karena pelanggan yang puas cenderung lebih loyal dan mungkin akan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas cenderung akan mencari alternatif lain atau bahkan memberikan *review* negatif yang dapat merusak reputasi perusahaan atau organisasi.

Untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan atau organisasi harus memastikan bahwa produk atau layanan yang mereka tawarkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, serta memenuhi standar kualitas yang baik. Hal ini dapat dicapai melalui pengembangan produk yang tepat, manajemen rantai pasokan yang efektif, serta pelayanan pelanggan yang responsif dan ramah.

Untuk memastikan kepuasan pelanggan, perusahaan atau organisasi juga perlu mendengarkan umpan balik dari pelanggan dan secara aktif mencari cara untuk meningkatkan produk atau layanan mereka. Hal ini dapat dilakukan melalui survei pelanggan, analisis data, dan komunikasi yang terbuka dengan pelanggan.

### **2.2.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Armstrong (2017), perusahaan atau organisasi dapat melakukan survei pelanggan menggunakan beberapa metode seperti berikut ini.

- a. Survei online atau melalui email. Perusahaan atau organisasi dapat mengirimkan survei online atau melalui email kepada pelanggan untuk mengetahui seberapa puas mereka dengan produk atau layanan yang diberikan.
- b. Survei telepon. Perusahaan atau organisasi dapat melakukan survei melalui telepon untuk mengetahui umpan balik pelanggan secara langsung.

c. Survei wajah ke wajah. Perusahaan atau organisasi dapat melakukan survei secara langsung dengan bertemu dengan pelanggan, sehingga dapat mengukur respons pelanggan secara akurat.

d. Analisis data penjualan. Perusahaan atau organisasi dapat menganalisis data penjualan, seperti jumlah produk yang dibeli, tingkat pengulangan pembelian, dan rata-rata nilai pembelian, untuk mengetahui seberapa puas pelanggan dengan produk atau layanan.

#### **2.2.4. Kuesioner**

Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang terdiri dari daftar pertanyaan tertulis yang disiapkan sebelumnya dan digunakan untuk mengumpulkan informasi dari responden (Sugiyono, 2017). Tujuannya adalah untuk memperoleh data atau informasi dari orang yang menjawab kuesioner. Kuesioner dapat digunakan untuk berbagai macam tujuan, seperti penelitian pasar, penelitian sosial, dan evaluasi kinerja organisasi (Sugiyono, 2017).

Berikut adalah beberapa jenis kuesioner yang umum digunakan menurut Sugiyono (2017).

a. Kuesioner Tertutup. Kuesioner ini memuat daftar pertanyaan dengan pilihan jawaban yang telah disediakan. Responden harus memilih salah satu atau beberapa pilihan jawaban yang tersedia.

b. Kuesioner Terbuka. Kuesioner ini memuat daftar pertanyaan yang memungkinkan responden memberikan jawaban bebas dan tidak terbatas.

c. Kuesioner Skala Likert. Kuesioner ini menggunakan skala penilaian yang terdiri dari pernyataan positif atau negatif yang diminta responden untuk menunjukkan sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

d. Kuesioner Demografi. Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang karakteristik sosial dan demografi responden, seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan.

e. Kuesioner Perilaku. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang perilaku atau tindakan responden dalam situasi tertentu.

f. Kuesioner *Net Promoter Score* (NPS). Kuesioner ini digunakan untuk mengukur sejauh mana responden merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain.

g. Kuesioner *Post-Event*. Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan umpan balik dari peserta setelah acara selesai.

h. Kuesioner Pengukuran Kepuasan Pelanggan. Kuesioner ini dirancang untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan atau organisasi.

i. Kuesioner Evaluasi Karyawan. Kuesioner ini digunakan untuk mengevaluasi kinerja karyawan dan memberikan umpan balik untuk memperbaikinya.

#### **2.2.5. Metode *Servqual***

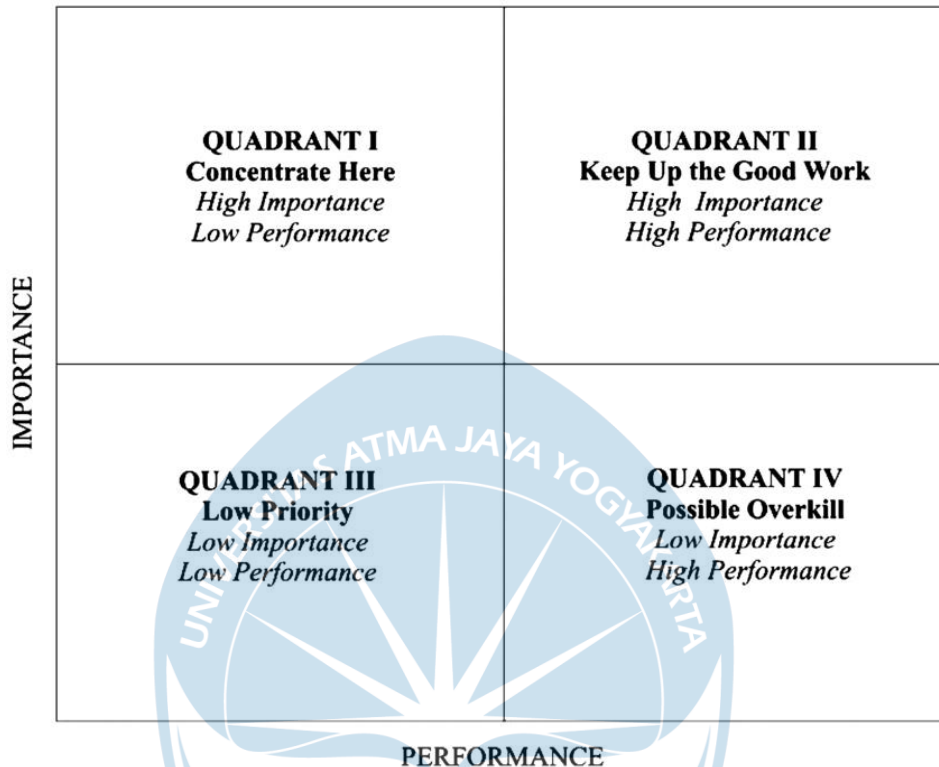
Metode *Servqual* merupakan suatu metode yang dikembangkan oleh Parasuraman dkk (1985) untuk mengukur kualitas jasa dari suatu usaha sektor jasa. Dalam metode ini terdapat dimensi kualitas jasa yang bertujuan untuk mengukur harapan pengunjung sebelum mendapatkan jasa pelayanan dan persepsi setelah pengunjung mendapatkan jasa pelayanan serta jarak selisih atau GAP. Metode ini terbagi dalam 5 dimensi kualitas jasa yaitu:

- a. Keandalan (*reliability*) : kemampuan sektor jasa untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada pengunjung
- b. Bukti langsung (*tangible*) : kemampuan sektor jasa untuk memberikan fasilitas fisik yang dapat dilihat secara langsung seperti fasilitas umum, perlengkapan, dan lainnya
- c. Jaminan (*assurance*) : kemampuan sektor jasa untuk memberikan jaminan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan dapat dipercaya melalui pegawai
- d. Daya tanggap (*responsiveness*)
- e. Empati (*empathy*).

#### **2.2.6. Metode IPA**

Menurut Tjiptono (2014) metode *Importance Performance Analysis* merupakan suatu metode yang digunakan untuk menyusun peringkat berbagai elemen dalam jasa yang diberikan untuk menentukan tindakan prioritas untuk meningkatkan tingkat kepuasan pengunjung. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan analisis kuadran dimana tiap kuadran akan menampilkan informasi tentang elemen-elemen yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung. Pengukuran tingkat kesesuaian diperlukan dalam metode ini untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung terhadap jasa yang diberikan serta memeriksa tingkat pemahaman pihak penyedia jasa terhadap keinginan/ekspektasi pengunjung terhadap jasa yang diberikan.

Menurut Martilla dan James (1986) *Importance Performance Analysis* dipetakan dalam 4 kuadran untuk seluruh variable yang dianggap mempengaruhi kualitas pelayanan. Pembagian kuadran dalam analisis ini dapat dilihat pada Gambar 2.3.



**Gambar 2.1. Model IPA**

Variable yang terdapat pada tiap kuadran tentunya memiliki strategi penanganan yang berbeda dikarenakan tingkat kepuasan serta tingkat kepentingannya berbeda. Strategi yang dapat dilakukan pada tiap kuadran dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kuadran 1 (*Concentrate These*). Faktor-faktor yang terdapat pada kuadran 1 merupakan faktor yang dianggap penting oleh pengunjung namun belum memenuhi ekspetasi pengunjung sehingga tingkat kepuasannya cukup rendah. Penyedia jasa perlu berkonsentrasi pada variabel-variabel yang terdapat pada kuadran 1 yang merupakan variable yang diprioritaskan untuk diperbaiki atau ditingkatkan.
- b. Kuadran 2 (*Keep Up The Good Work*). Faktor-faktor yang terdapat pada kuadran 2 merupakan faktor yang dianggap penting oleh pengunjung namun sudah memenuhi ekspetasi pengunjung sehingga tingkat kepuasannya cukup tinggi.

Penyedia jasa perlu mempertahankan kan variable-variabel yang terdapat pada kuadran 2 yang merupakan variable yang menjadi keunggulan bagi penyedia jasa.

c. Kuadran 3 (*Low Priority*). Faktor-faktor yang terdapat pada kuadran 3 merupakan faktor yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan performansinya pun rendah sehingga tidak terlalu mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung. Penyedia jasa dapat mempertimbangkan pengembangan variable-variabel pada kuadran 3 dikarenakan pengaruhnya terhadap kepuasan pengunjung cukup rendah.

d. Kuadran 4 (*Possible Overkill*). Faktor-faktor yang terdapat pada kuadran 4 merupakan faktor yang dianggap kurang penting oleh pengunjung dan memiliki performansi yang berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan. Penyedia jasa dapat mempertimbangkan pengurangan performansi pada variable-variabel pada kuadran 4 untuk meminimalisir pemborosan biaya.

