

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL CS KNALPOT SEMARANG DENGAN METODE *SERVQUAL* (SERVQUAL) DAN *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA)

Mayang Delima, Diana Puspitasari*

*Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

Abstrak

*Dalam usaha melayani kebutuhan pelanggan, bengkel CS Knalpot Semarang selalu ingin meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan banyaknya kompetitor yang ada membuat bengkel CS Knalpot harus dapat mempertahankan pelanggan yang dimilikinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas jasa dan kepuasan konsumen bengkel CS Knalpot Semarang. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 pelanggan bengkel. Hasil kuesioner tersebut dianalisis dengan menggunakan metode *SERVQUAL* dan IPA. Terdapat 5 dimensi yang diukur yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Berdasarkan hasil penelitian, usulan perbaikan yang diberikan kepada bengkel CS Knalpot adalah melakukan cat ulang pada dinding-dinding bengkel agar bengkel terlihat lebih bersih, rutin melakukan kegiatan bersih-bersih dan penataan kembali knalpot maupun peralatan yang lain agar terlihat rapi, serta menambahkan fasilitas penunjang seperti ruang tunggu yang dilengkapi dengan TV, majalah, dan kipas angin sehingga konsumen tidak merasa bosan ketika menunggu perbaikan pada knalpot mobilnya.*

Kata kunci: *Importance Performance Analysis; kepuasan pelanggan; *SERVQUAL**

Abstract

*Customer Satisfaction Analysis in CS Knalpot Workshop Semarang using Service Quality (*SERVQUAL*) and Importance-Performance Analysis Method . In an effort to serve the needs of customer, CS Knalpot Semarang workshop always want to improve its quality. With so many competitors CS Knalpot workshop should be able to retain their customers. This research target is to know the quality of services workshop and customer satisfaction at CS Knalpot Semarang. This research did by spreading questionnaires to 30 workshop customers. The results of those questionnaires were analyzed using *SERVQUAL* and IPA method. There are 5 dimensions that measured are *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, and *empathy*. According to the result of this research, the proposed improvements provided to CS Knalpot are to repainting the walls of the workshop to make it more cleaner, doing cleaning up activities routinely and rearrangement muffler or other equipment to make it look tidy, and also adding supporting facilities such as a waiting room which equipped with TV, magazines, and fan so that the customers would not feel bored while waiting their car muffler repair.*

Keywords: *Importance Performance Analysis; customer satisfaction; *SERVQUAL**

1. Pendahuluan

Persaingan bisnis knalpot mobil dan motor saat ini sangat ketat. Banyak bengkel knalpot yang mulai berdiri di Semarang. Hal ini dikarenakan Semarang merupakan salah satu kota yang dekat dengan kota penghasil knalpot yaitu Purbalingga. Munculnya *trend* knalpot *custom* baik untuk mobil maupun motor juga menjadi salah satu penyebab berdirinya bengkel knalpot tersebut. Banyaknya bengkel knalpot yang ada membuat setiap bengkel harus mampu memuaskan konsumennya agar konsumen tersebut tidak tergiur dengan bengkel knalpot yang lain. Selain faktor kualitas produk dan

harga yang ditawarkan oleh bengkel, faktor pelayanan juga menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan.

Bengkel CS Knalpot merupakan salah satu bengkel knalpot mobil dan motor di Semarang yang telah ada sejak tahun 1992. Bengkel ini menjual segala jenis knalpot mobil dan motor baik knalpot standar maupun *custom* serta melayani pemasangan atau penggantian knalpot mobil dan motor. Akhir-akhir ini bengkel CS Knalpot mengalami penurunan pendapatan yang diakibatkan karena sedikitnya konsumen yang datang. Banyak faktor yang menyebabkan penurunan kedatangan konsumen di

bengkel CS Knalpot, seperti adanya bengkel lain yang menawarkan harga yang lebih murah, lokasi bengkel yang kurang strategis, atau kualitas pelayanan bengkel CS Knalpot yang kurang memadai. Pemilik bengkel CS Knalpot ingin mengetahui penyebab pasti mengenai penurunan pendapatan yang dialaminya akhir-akhir ini.

Ada banyak metode yang bisa digunakan untuk menganalisa kepuasan pelanggan. Terdapat 2 metode yang umum digunakan yaitu metode SERVQUAL dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Budiono (2014) melakukan penelitian analisis kualitas pelayanan konsumen bengkel mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung. Penelitian dilakukan dengan mengukur *gap* kualitas pelayanan antara persepsi dan ekspektasi konsumen menggunakan metode SERVQUAL dengan 23 indikator pernyataan, kemudian ditentukan indikator-indikator yang diprioritaskan untuk dioptimalkan menggunakan IPA. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diperoleh bahwa nilai rata-rata total SERVQUAL menunjukkan angka -0,41 yang berarti terdapat *gap* antara persepsi dengan ekspektasi konsumen. Sedangkan metode IPA menunjukkan bahwa terdapat 1 indikator berada di kuadran A, 9 indikator berada di kuadran B, 9 indikator berada di kuadran C, dan 4 indikator berada di kuadran D.

Purnomo (2015) melakukan penelitian analisa kepuasan pelanggan terhadap bengkel di PT. Arina Parama Jaya Gresik dengan metode IPA. Hasil dari penelitian dengan 23 indikator pelayanan bengkel didapatkan rata-rata tingkat kesesuaian 94% dimana pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Berdasarkan diagram kartesius, terdapat 13 indikator pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan, masing-masing indikator tersebar dalam 2 kuadran yaitu 6 indikator terdapat dalam kuadran A dan 7 indikator terdapat dalam kuadran B.

Berdasarkan masalah tersebut, maka dilakukan penelitian untuk menganalisa kepuasan pelanggan terhadap bengkel CS Knalpot dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan pada Bengkel CS Knalpot Semarang dengan Metode SERVQUAL dan IPA”. Rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah menurunnya pendapatan pada bengkel CS Knalpot yang disebabkan karena sedikitnya pelanggan yang datang sehingga perlu dilakukan analisis kepuasan pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan sehingga pemilik bengkel dapat memperbaiki pelayanan yang dianggap kurang memuaskan. Batasan dalam penelitian ini adalah perhitungan hanya dilakukan dengan menggunakan 5 *gap*.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengukur *gap* kualitas pelayanan antara persepsi dan ekspektasi konsumen menggunakan metode SERVQUAL, menganalisa indikator-indikator kualitas pelayanan yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan pada bengkel CS Knalpot, serta

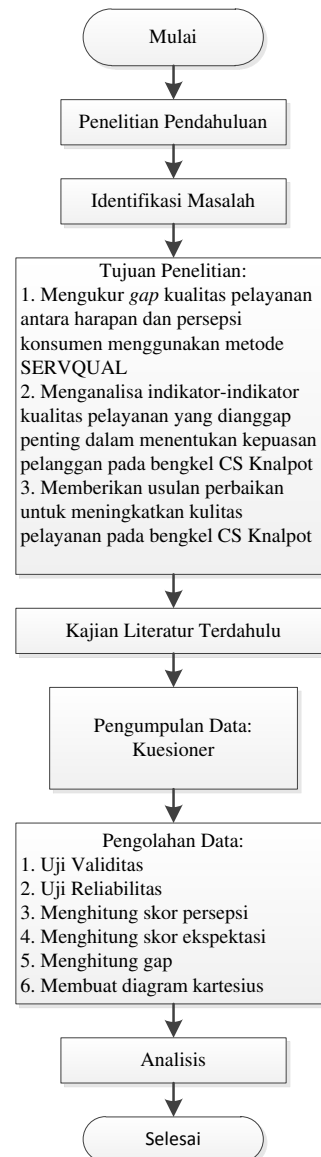
memberikan usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada bengkel CS Knalpot.

2. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian berisi mengenai urutan langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian serta metode-metode yang digunakan dalam penelitian. Penelitian dilakukan di bengkel CS Knalpot yang terletak di Jl. Setiabudi No 70 Semarang pada tanggal 6 Oktober – 23 Oktober 2015.

2.1 Flowchart Penelitian

Penelitian diawali dengan melakukan penelitian pendahuluan, kemudian mengidentifikasi masalah, menentukan tujuan penelitian, kajian literatur terdahulu, pengumpulan data, pengolahan data, dan melakukan analisis. Skema langkah-langkah penelitian tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Flowchart Penelitian

2.2 Pengumpulan Data

Data yang digunakan bersumber dari kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang datang ke bengkel CS Knalpot. Kuesioner awal disebar kepada 30 orang untuk kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya (Kuncoro, 2003). Kuesioner berisikan 2 jenis pertanyaan yaitu pertanyaan persepsi dan ekspektasi. Dimana pertanyaan persepsi dan ekspektasi masing-masing memiliki 18 indikator. Hasilnya adalah terdapat 1 indikator yang tidak valid sehingga penyusunan kuesioner akhir hanya menggunakan 17 indikator.

Perhitungan jumlah sampel untuk mengisi kuesioner akhir apabila jumlah populasi tidak diketahui berdasarkan Ferdinand (2006) adalah dengan rumus 5-10 kali jumlah indikator ditambahkan jumlah variabel laten. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah 17 dan variabel laten sebanyak 5. Maka jumlah sampel tersebut adalah sebagai berikut:

$$n = 5 \times (17 + 5) = 110 \text{ orang}$$

2.3 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2008), validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Pengujian validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsi. Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 17. Uji validitas dilakukan pada setiap indikator, hasilnya dibandingkan dengan alfa. Apabila $\text{sig-2 tailed} < \text{alfa}$ maka indikator tersebut dinyatakan valid.

2.4 Uji Reliabilitas

Menurut Matondang (2009), reliabilitas merupakan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 17. Uji reliabilitas dilakukan pada setiap dimensi, bukan setiap indikator. Apabila nilai alfa $> 0,60$ maka dimensi tersebut dinyatakan *reliable*.

2.5 Metode SERVQUAL

Menurut Parasuraman (1985), terdapat 5 dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan jasa dengan membandingkan antara persepsi dan ekspektasi konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan penyedia jasa. Menurutnya, kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi konsumen menunjukkan seberapa baik

atau buruk layanan yang diberikan penyedia jasa kepada konsumennya. 5 dimensi tersebut yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*reliability*) yang merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para *staff* dan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap
4. Jaminan (*assurance*) yang mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para *staff*, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan
5. Empati (*emphaty*) yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

Menurut Astuti (2012), Parasuraman, Berry, dan Zethaml mengembangkan *conceptual model of service quality*. Mereka memformulasikan sebuah model kualitas pelayanan yang menyorot persyaratan-persyaratan utama agar dapat menyajikan pelayanan yang dikehendaki. Menurut model ini, terdapat lima *gaps* (kesenjangan) yang membuat perusahaan tidak mampu memberikan pelayanan yang bermutu kepada para pelanggan. Kelima *gap* (kesenjangan) tersebut yaitu:

1. Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen perusahaan. Kesenjangan tersebut tercipta akibat manajemen perusahaan salah mengerti terhadap apa yang diharapkan pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen perusahaan atas harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan. Kesenjangan tersebut terjadi akibat kesalahpahaman persepsi manajemen perusahaan yang tepat atas harapan para pelanggan perusahaan ke dalam bentuk tolak ukur kualitas pelayanan.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dan pemberian pelayanan kepada pelanggan. Keberadaan kesenjangan tersebut lebih diakibatkan oleh ketidakmampuan sumber daya manusia perusahaan untuk memenuhi standar kualitas pelayanan yang telah ditetapkan.
4. Kesenjangan antara pemberian pelayanan kepada pelanggan dan komunikasi eksternal. Kesenjangan tersebut tercipta karena perusahaan ternyata tidak mampu memenuhi janjinya yang dikomunikasikan secara eksternal melalui berbagai bentuk promosi.
5. Kesenjangan antara harapan pelanggan dan kenyataan pelanggan yang diterima. Kesenjangan tersebut ada sebagai akibat tidak terpenuhinya harapan para pelanggan.

2.6 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA)

Menurut Nasaputra (2014), *Importance Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan dengan cara mengukur tingkat kepentingan (ekspektasi) dan tingkat pelaksanaannya (persepsi). Tingkat kepentingan dalam penelitian ini merupakan tingkat kepentingan pelanggan yang disimbolkan dengan Y. Tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan adalah seberapa penting suatu pelayanan yang diberikan perusahaan bagi pelanggan terhadap kinerja pelayanan. Sedangkan tingkat pelaksanaan merupakan tingkat kinerja perusahaan yang merupakan hasil dari kualitas pelayanan yang diberikan bengkel CS Knalpot, yang dirasakan langsung oleh pelanggan, yang disimbolkan dengan X. Gambar contoh diagram kartesius dapat dilihat pada Gambar 2. Keterangan dari Gambar 2 adalah sebagai berikut:

Kuadran A: menunjukkan faktor atau indikator yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting. Namun, manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan.

Kuadran B: menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan. Pelanggan merasa sangat puas.

Kuadran C: menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Kuadran D: menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

Menurut Purnomo (2015), keunggulan metode IPA dibandingkan dengan metode yang lainnya yaitu dimana pihak manajer bengkel dapat mengambil tindakan secara tepat dan cepat dalam mengatasi ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan dan kedepannya dapat memuaskan pelanggan, serta dapat memenuhi target yang ingin dicapai. Selain itu, metode IPA mudah digunakan dan sangat sederhana, namun tepat untuk mengetahui atribut kualitas pelayanan perusahaan yang belum maksimal.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pembuatan dan Pengumpulan Kuesioner

Peneliti mengidentifikasi indikator pelayanan bengkel CS Knalpot berdasarkan jurnal atau kajian literatur terdahulu mengenai kepuasan pelanggan di bengkel mobil. Indikator tersebut disesuaikan dengan kondisi bengkel CS Knalpot. Setelah proses identifikasi dan memastikan bahwa indikator pelayanan bengkel sesuai dengan kondisi bengkel, maka dilakukan penyusunan kuesioner, dimana kuesioner tersebut berisi data-data responden dan indikator-indikator pelayanan bengkel CS Knalpot.

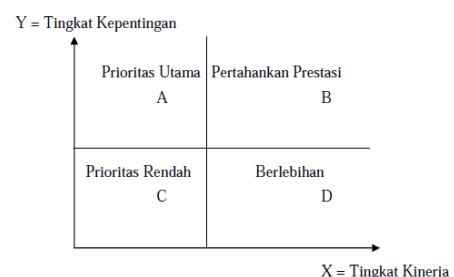
Terdapat 2 jenis pertanyaan, yaitu pertanyaan persepsi dan pertanyaan ekspektasi mengenai indikator pelayanan bengkel CS Knalpot. Tingkat pengukuran dilakukan dengan menggunakan skala *likert*, dengan rentang skor tertinggi mendapat nilai 5 dan skor terendah mendapat nilai 1. Kemudian kuesioner tersebut dibagikan ke 30 orang pelanggan bengkel CS Knalpot. Indikator pelayanan yang ada dalam kuesioner dalam dilihat pada Tabel 1.

3.2 Uji Validitas

Setelah 30 kuesioner dibagikan dan diisi, kemudian hasil kuesioner tersebut diuji validitasnya dengan menggunakan *software* SPSS. Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah pertanyaan yang dibuat dapat mewakili maksud dari peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk setiap indikator pada masing-masing pertanyaan (pertanyaan persepsi dan ekspektasi). Hasilnya adalah terdapat 1 indikator pada pertanyaan persepsi yang tidak valid karena memiliki nilai *sig 2 tailed* > alfa, yaitu indikator no 3 (lokasi bengkel strategis). Ada beberapa kemungkinan yang membuat indikator no 3 tidak valid yakni pertanyaan yang dibuat kurang jelas sehingga membuat responden bingung memilih jawaban yang mana atau karena jawaban yang diberikan responden tidak konsisten. Karena terdapat indikator yang tidak valid, maka tidak bisa dilakukan uji reliabilitas, sehingga dilakukan uji validitas kembali dengan menghilangkan indikator no 3. Hasilnya adalah semua indikator dinyatakan valid sehingga semua indikator tersebut dapat mewakili maksud dari peneliti. Dengan demikian, maka hanya 17 indikator yang akan dilakukan uji reliabilitas. Indikator-indikator tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

3.3 Uji Reliabilitas

Setelah semua indikator diuji validitas dan dinyatakan valid, maka dimensi dari indikator semua pertanyaan tersebut dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS. Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah hasil dari kuesioner konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Hasilnya adalah semua dimensi dinyatakan reliabel sehingga kuesioner dapat digunakan dalam jangka panjang karena memiliki kemungkinan hasil yang konsisten dan stabil. Rekap hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 3.



Gambar 2. Contoh Diagram Kartesius (Supranto, 2011)

Tabel 1. Identifikasi Variabel Penelitian

Dimensi	No	Indikator
<i>Tangibles</i>	1	Kebersihan dan kerapihan bengkel
	2	Kenyamanan bengkel
	3	Lokasi bengkel strategis
	4	Fasilitas bengkel memadai
<i>Reliability</i>	5	Ketepatan waktu yang dijanjikan dalam penyelesaian masalah
	6	Prosedur dan kemampuan pengelola dalam memberikan pelayanan memadai
	7	Hasil sesuai dengan keinginan konsumen
	8	Pengelola dan <i>staff</i> bengkel berpengetahuan luas
<i>Responsivines</i>	9	Kecepatan dalam pelayanan
	10	Ketanggapan pengelola dan staff dalam memberikan pelayanan
	11	Memenuhi permintaan khusus konsumen
<i>Assurance</i>	12	Jaminan kualitas produk dan jasa
	13	Harga produk dan jasa terjangkau
	14	Keramahan dan kesopanan pengelola dan <i>staff</i> bengkel
	15	Kepercayaan dan kejujuran pengelola dan <i>staff</i> bengkel
<i>Emphaty</i>	16	Komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen
	17	Pemahaman pengelola dan <i>staff</i> bengkel terhadap kebutuhan konsumen
	18	Kepedulian pengelola dan <i>staff</i> bengkel terhadap kepuasan konsumen

Tabel 2. Indikator Kuesioner Akhir

Dimensi	No	Indikator
<i>Tangibles</i>	1	Kebersihan dan kerapihan bengkel
	2	Kenyamanan bengkel
	3	Fasilitas bengkel memadai
<i>Reliability</i>	4	Ketepatan waktu yang dijanjikan dalam penyelesaian masalah
	5	Prosedur dan kemampuan pengelola dalam memberikan pelayanan memadai
	6	Hasil sesuai dengan keinginan konsumen
	7	Pengelola dan <i>staff</i> bengkel berpengetahuan luas
<i>Responsiviness</i>	8	Kecepatan dalam pelayanan
	9	Ketanggapan pengelola dan <i>staff</i> dalam memberikan pelayanan
	10	Memenuhi permintaan khusus konsumen
<i>Assurance</i>	11	Jaminan kualitas produk dan jasa
	12	Harga produk dan jasa terjangkau
	13	Keramahan dan kesopanan pengelola dan <i>staff</i> bengkel
	14	Kepercayaan dan kejujuran pengelola dan <i>staff</i> bengkel
<i>Emphaty</i>	15	Komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen
	16	Pemahaman pengelola dan <i>staff</i> bengkel terhadap kebutuhan konsumen
	17	Kepedulian pengelola dan <i>staff</i> bengkel terhadap kepuasan konsumen

3.4 Analisis SERVQUAL

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode SERVQUAL, didapatkan nilai rata-rata *gap* skor sebesar -0.02. Karena nilai *gap* kurang dari nol (bernilai negatif) maka dapat diartikan bahwa bengkel CS Knalpot belum dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Oleh karena itu diperlukan adanya perbaikan-perbaikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terutama dilihat dari dimensi *tangibles*, *resliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* agar dapat memenuhi bahkan melebihi ekspektasi konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Rincian nilai *gap* dari tiap indikator dapat dilihat pada Tabel 4.

Dari 17 indikator tersebut, terdapat 14 indikator yang memiliki nilai negatif. 3 indikator yang memiliki nilai positif atau dapat memenuhi ekspektasi konsumen yaitu indikator no 13, 15 dan 17 mengenai keramahan dan kesopanan pengelola dan *staff* bengkel, komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen, serta kepedulian pengelola dan *staff* bengkel terhadap kepuasan konsumen. Selain ketiga indikator tersebut, indikator yang lain dianggap belum memenuhi ekpektasi konsumen karena nilai ekspektasi (tingkat kepentingan) konsumen lebih besar dari nilai persepsi (tingkat kinerja) bengkel. Nilai *gap* paling rendah terdapat pada indikator no 2 yaitu kenyamanan bengkel yang dianggap masih jauh dari ekspektasi konsumen dan perlu mendapat perhatian khusus dari pengelola.

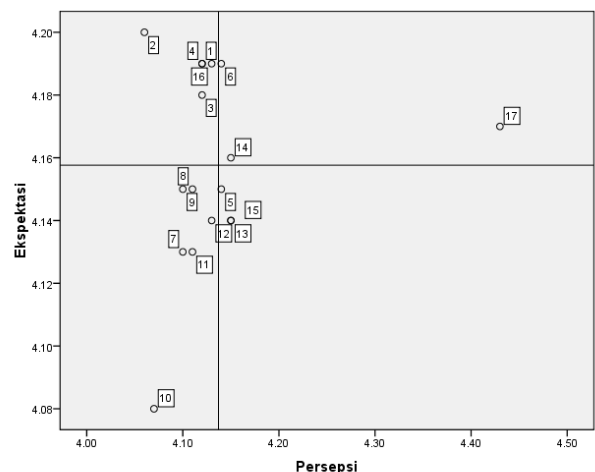
3.5 Analisis Importance Performance Analysis (IPA)

Setelah dilakukan perhitungan nilai *gap*, maka nilai *gap* tiap indikator tersebut akan ditempatkan pada diagram kartesius seperti pada Gambar 3. Pada diagram kartesius tersebut, terdapat 4 kuadran dengan keterangan sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama) merupakan wilayah yang memuat indikator-indikator pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen dan mempengaruhi kepuasan konsumen namun pihak pengelola belum melaksanakan pelayanan tersebut sesuai dengan keinginan konsumen sehingga tingkat kepuasan konsumen masih sangat rendah. Indikator-indikator yang terdapat pada wilayah ini adalah sebagai berikut:
 - 1) Kebersihan dan kerapihan bengkel
 - 2) Kenyamanan bengkel
 - 3) Fasilitas bengkel memadai
 - 4) Ketepatan waktu yang dijanjikan dalam penyelesaian masalah
 - 16) Pemahaman pengelola dan *staff* bengkel terhadap kebutuhan konsumen
2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi) merupakan wilayah yang memuat indikator-indikator pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen dan pihak pengelola sudah

berhasil melakukan pelayanan tersebut dengan baik sehingga tingkat kepuasan konumen relatif lebih tinggi. Indikator-indikator yang terdapat pada wilayah ini adalah sebagai berikut:

- 6) Hasil sesuai dengan keinginan konsumen
 - 14) Kepercayaan dan kejujuran pengelola dan *staff* bengkel
 - 17) Kepedulian pengelola dan *staff* bengkel terhadap kepuasan konsumen
3. Kuadran C (Prioritas Rendah) merupakan wilayah yang memuat indikator-indikator pelayanan yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan pihak pengelola memberikan pelayanan yang biasa saja karena dianggap kurang penting dan kurang memuaskan. Indikator-indikator yang terdapat pada wilayah ini adalah sebagai berikut:
 - 7) Pengelola dan *staff* bengkel berpengetahuan luas
 - 8) Kecepatan dalam pelayanan
 - 9) Ketanggapan pengelola dan *staff* dalam memberikan pelayanan
 - 10) Memenuhi permintaan khusu konsumen
 - 11) Jaminan kualitas produk dan jasa
 - 12) Harga produk dan jasa terjangkau
 4. Kuadran D (Berlebihan) merupakan wilayah yang memuat indikator-indikator pelayanan yang dianggap kurang penting oleh konsumen namun pihak pengelola memberikan pelayanan yang dianggap terlalu berlebihan. Indikator-indikator yang terdapat pada wilayah ini adalah sebagai berikut:
 - 5) Prosedur dan kemampuan pengelola dalam memberikan pelayanan memadai
 - 13) Keramahan dan kesopanan pengelola dan *staff* bengkel
 - 15) Komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen



Gambar 3. Diagram Kartesius

3.6 Usulan Perbaikan

Posisi masing-masing indikator pada keempat kuadran dapat dijadikan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan bengkel CS Knalpot. Indikator yang seharusnya mendapatkan perhatian serius adalah indikator yang berada pada kuadran A karena merupakan wilayah yang memuat indikator-indikator pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen namun pihak pengelola belum melaksanakan pelayanan tersebut sesuai dengan keinginan konsumen sehingga tingkat kepuasan konsumen masih sangat rendah. Indikator yang dimaksud adalah mengenai kebersihan dan kerapian bengkel, kenyamanan bengkel, fasilitas bengkel, ketepatan waktu yang dijanjikan dalam penyelesaian masalah, dan pemahaman pengelola dan *staff* bengkel terhadap kebutuhan konsumen. Maka pihak pengelola dapat melakukan peningkatan kualitas

pelayanan dengan membuat lingkungan bengkel menjadi lebih bersih dan rapi serta menambah fasilitas bengkel sehingga konsumen akan merasa nyaman ketika melakukan perbaikan pada mobilnya. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan beberapa hal berikut:

1. Melakukan cat ulang pada dinding-dinding bengkel agar bengkel terlihat lebih bersih dan rapi
2. Rutin melakukan kegiatan bersih-bersih dan penataan kembali knalpot maupun peralatan yang lain agar terlihat rapi
3. Menambahkan fasilitas penunjang seperti ruang tunggu yang dilengkapi dengan tv, majalah, dan kipas angin sehingga konsumen tidak merasa bosan ketika menunggu perbaikan pada mobilnya.

Tabel 3. Rekap Hasil Uji Reliabilitas

No	Dimensi	Persepsi			Ekspektasi		
		Cronbach Alfa	Daerah Kritis	Keterangan	Cronbach Alfa	Daerah Kritis	Keterangan
1	<i>Tangibles</i>	0.759	<0.6	Reliabel	0.873	<0.6	Reliabel
2	<i>Reliability</i>	0.823	<0.6	Reliabel	0.836	<0.6	Reliabel
3	<i>Responsiveness</i>	0.888	<0.6	Reliabel	0.875	<0.6	Reliabel
4	<i>Assurance</i>	0.872	<0.6	Reliabel	0.900	<0.6	Reliabel
5	<i>Emphaty</i>	0.873	<0.6	Reliabel	0.889	<0.6	Reliabel

Tabel 4. Nilai Gap Tiap Indikator

Dimensi	No	Indikator	Persepsi	Ekspektasi	Gap
<i>Tangibles</i>	1	Kebersihan dan kerapian bengkel	4.12	4.19	-0.07
	2	Kenyamanan bengkel	4.06	4.20	-0.14
	3	Fasilitas bengkel memadai	4.12	4.18	-0.06
<i>Reliability</i>	4	Ketepatan waktu yang dijanjikan dalam penyelesaian masalah	4.12	4.19	-0.07
	5	Prosedur dan kemampuan pengelola dalam memberikan pelayanan memadai	4.14	4.15	-0.02
	6	Hasil sesuai dengan keinginan konsumen	4.14	4.19	-0.05
	7	Pengelola dan staff bengkel berpengetahuan luas	4.10	4.13	-0.03
<i>Responsiviness</i>	8	Kecepatan dalam pelayanan	4.11	4.15	-0.05
	9	Ketanggapan pengelola dan staff dalam memberikan pelayanan	4.10	4.15	-0.05
	10	Memenuhi permintaan khusus konsumen	4.07	4.08	-0.01
<i>Assurance</i>	11	Jaminan kualitas produk dan jasa	4.11	4.13	-0.02
	12	Harga produk dan jasa terjangkau	4.13	4.14	-0.01
	13	Keramahan dan kesopanan pengelola dan staff bengkel	4.15	4.14	0.01
	14	Kepercayaan dan kejujuran pengelola dan staff bengkel	4.15	4.16	-0.01
<i>Emphaty</i>	15	Komunikasi dan kejelasan informasi kepada konsumen	4.15	4.14	0.01
	16	Pemahaman pengelola dan staff bengkel terhadap kebutuhan konsumen	4.13	4.19	-0.06
	17	Kepedulian pengelola dan staff bengkel terhadap kepuasan konsumen	4.43	4.17	0.25

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu, berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode SERVQUAL, didapatkan nilai rata-rata *gap* skor sebesar -0.02 yang berarti bahwa bengkel CS Knalpot belum dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Sedangkan *gap* yang paling rendah terdapat pada indikator no 2 yaitu kenyamanan bengkel yang dianggap masih jauh dari ekspektasi konsumen dan perlu mendapat perhatian khusus dari pengelola.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode IPA, dapat diketahui indikator-indikator yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pelanggan pada bengkel CS Knalpot, yaitu indikator-indikator yang berada pada kuadran A dan B dalam diagram kartesius. Indikator-indikator tersebut adalah kebersihan dan kerapihan bengkel, kenyamanan bengkel, fasilitas bengkel memadai, ketepatan waktu yang dijanjikan dalam penyelesaian masalah, pemahaman pengelola dan *staff* bengkel terhadap kebutuhan konsumen, hasil sesuai dengan keinginan konsumen, kepercayaan dan kejujuran pengelola dan *staff* bengkel, serta kepedulian pengelola dan *staff* bengkel terhadap kepuasan konsumen.

Usulan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada bengkel CS Knalpot adalah dengan melakukan cat ulang pada dinding-dinding bengkel agar bengkel terlihat lebih bersih dan rapi, rutin melakukan kegiatan bersih-bersih dan penataan kembali knalpot maupun peralatan yang lain agar terlihat rapi, serta menambahkan fasilitas penunjang seperti ruang tunggu yang dilengkapi dengan tv, majalah, dan kipas angin sehingga konsumen tidak merasa bosan ketika menunggu perbaikan pada mobilnya.

Daftar Pustaka

- Astuti, Herni Justiana. (2012). Analisis Kepuasan Konsumen (*Servqual Model dan Important Analysis Model*)
- Budiono, Agung. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Bengkel Mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung. ISSN: 2355-4304.
- Ferdinand, Agusty. (2006). Metode Penelitian Manajemen, Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Kuncoro, Mudradjad. (2003). Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Matondang, Zulkifli. (2009). Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian. Jurnal Tabularasa PPS UNIMED, 6(1)
- Nusaputra, Naufal, dkk. (2014). Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel dengan Metode Servqual, IPA, dan Indeks PGVC Studi Kasus

di PT. Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang. Teknik Industri Universitas Brawijaya. Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri Vol. 2 No. 6.

- Parasuraman, A. and Valarie A. Zeithaml. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Purnomo, Wirdha. (2015). Analisa Kepuasan Pelanggan terhadap Bengkel dengan Metode IPA (*Importance Performance Analysis*) di PT. Arina Parama Jaya Gresik. *JTM*, 03(3), 54-63
- Sugiyono. (2006). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.