

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS LAYANAN *SERVICE* SEPEDA MOTOR DI BENGKEL AHASS UMS MOTOR II

Saskianingtyas Damayanti; Dr. Etika Muslimah, S.T., M.M., M.T
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

AHASS UMS Motor II merupakan perusahaan bidang otomotif yaitu perawatan dan suku cadang kendaraan roda dua. Masalah yang muncul di AHASS UMS Motor II adalah adanya pelanggan yang mengeluhkan layanan bengkel yang diberikan. Disisi lain pihak bengkel telah berusaha memberikan kualitas layanan yang sebaik-baiknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi dan harapan pelanggan serta melakukan pemetaan atribut layanan sehingga dapat memberikan saran perbaikan terhadap pihak bengkel. Data pada penelitian adalah data primer melalui pembagian angket kepada pelanggan Bengkel AHASS UMS Motor II. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Bengkel AHASS UMS Motor II. Sampel pada penelitian ini sebanyak 82 sampel menggunakan teknik *quota sampling*. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, perhitungan *Service Quality*, dan *Importance-Performance Analysis* (IPA). Hasil perhitungan berdasarkan *Servqual* menunjukkan bahwa rata-rata persepsi dan harapan pelanggan pada dimensi bukti fisik sebesar 3,760 dan 4,461, keandalan sebesar 4,214 dan 4,598, daya tanggap sebesar 4,300 dan 4,573, jaminan sebesar 4,386 dan 4,583, dan empati sebesar 4,207 dan 4,454 sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas layanan Bengkel AHASS UMS Motor II belum memenuhi kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan IPA atribut 7 perlu perbaikan dengan prioritas utama dikarenakan terletak pada kuadran I dan atribut 1, 2, 4, 5, 12, 20, dan 21 pada kuadran III juga perlu dilakukan perbaikan sebagai prioritas skala rendah. Dari hasil penelitian metode *Servqual* dan IPA Bengkel AHASS UMS Motor II dapat melakukan perbaikan secepatnya dan lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci: *Importance-Performance Analysis*, kepuasan pelanggan, *Service Quality*

Abstract

AHASS UMS Motor II is a company in the automotive maintenance and spare parts sector for vehicles. The problem that arises in AHASS UMS Motor II is that there are customers who complain about the services provided. On the other side the repair shop has tried to provide the best quality of service. This study aims to identify customer perceptions and expectations as well as mapping service attributes so that they can provide suggestions for improvements to the repair shop. The data in this study are primary data through the distribution of questionnaires to customers of the UMS Motor II AHASS. The population in this study were customers of the UMS Motor II AHASS. The sample in this study were 82 samples using the quota sampling technique. Data analysis was carried out by testing validity, reliability testing, calculating *Service Quality*, and *Importance-Performance Analysis* (IPA). The results of calculations based on *Servqual* show that the average customer perceptions and expectations on the dimensions of tangible are 3.760 and 4.461, reliability are 4.214 and 4.598, responsiveness are 4.300 and 4.573, assurance are 4.386 and 4.583, and empathy are 4.207 and 4.454 so it can be said that the service quality of the UMS Motor II AHASS has not fulfilled customer satisfaction. The results of the IPA attribute 7 calculation need improvement with top priority because it is located in quadrant I and attributes 1, 2, 4, 5, 12, 20, and 21 in quadrant III also need improvement as a low scale priority. From the results of the research on the *Servqual* and IPA method, the AHASS UMS Motor II can make repairs as soon as possible and pay more attention to customer needs.

Keywords: Customer satisfaction, *Importance-Performance Analysis*, *Service Quality*

1. PENDAHULUAN

Era ekonomi dan eskalasi global menjadikan perlombaan diantara perusahaan di seluruh negara. Begitu pula dengan perusahaan otomotif. Menurut Karim (2020) memahami anatomi keunggulan kompetitif penting untuk membangun citra perusahaan mengembangkan strategi inovatif yang tidak diterapkan pesaing. Pelanggan di seluruh dunia kini mulai sadar akan pentingnya kualitas (Mohamed et al., 2022). Transportasi roda dua merupakan hal lazim bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data BPS Tahun 2017 jumlah sepeda motor di Indonesia mencapai angka diatas 100 juta unit. Angka tersebut paling tinggi dibandingkan jenis kendaraan lainnya. Salah satu upaya yang dilakukan pelaku bisnis otomotif yaitu meyakinkan masyarakat melakukan *service* kendaraan sebagai kepentingan yang tidak boleh terlewatkan. Perusahaan berkomitmen memenuhi janji sebagai tanggung jawab kepada pelanggan serta dituntut melakukan perbaikan terkait derajat kepuasan diri yang diterima pelanggan saat menjatuhkan pilihan pada layanan jasa agar sesuai harapan (Njau et al., 2019). Ketidakpuasan pelanggan sudah menjadi resiko yang harus diterima perusahaan penyedia layanan jasa. Industri otomotif AHASS ialah salah satu dari sekian banyak perusahaan komersial yang berkecimpung pada layanan jasa berupa layanan pemeliharaan kendaraan roda dua. Bengkel AHASS UMS Motor II yang berdiri sejak Tahun 2015 memiliki misi khusus yaitu memberikan kenyamanan dan menyediakan jasa layanan perawatan dan perbaikan kendaraan roda dua secara rutin bagi seluruh civitas Universitas Muhammadiyah Surakarta dan masyarakat umum. Permasalahan yang dihadapi AHASS UMS Motor II adalah adanya keluhan pelanggan jasa *service* yang disampaikan kepada pihak bengkel maupun disampaikan melalui ulasan pada situs pencarian *google* seperti tidak adanya konfirmasi kepada pemilik kendaraan sebelum pergantian *sparepart*, terjadinya kesalahan identifikasi kerusakan pada kendaraan, pengerjaan *service* lama, konsistensi pengerjaan *service*, ketidaktelitian mekanik bengkel, fasilitas ruang tunggu yang kurang nyaman, fasilitas kipas angin mati, fasilitas toilet yang kumuh, serta kisaran harga yang lebih tinggi dibandingkan kompetitor di lingkungan sekitar.

Tujuan penelitian ini adalah mampu mengidentifikasi persepsi dan harapan pelanggan bengkel terhadap tingkat kualitas layanan dan melakukan pemetaan dan menganalisis atribut pada kuadran tertentu sehingga dapat memberikan saran perbaikan terhadap manajemen Bengkel AHASS UMS Motor II. Bertambahnya kompetitor baru dengan perbedaan fasilitas, rentang harga, serta layanan yang ditawarkan di kawasan Colomadu membuat manajemen AHASS UMS Motor II gencar melakukan evaluasi layanan.

2. METODE

2.1 Uji Validitas

Uji validitas data bertujuan membuktikan seberapa jauh tiap butir pernyataan sesuai dengan faktor yang dibahas dan kondisi nyata dari populasinya yang dapat dilakukan dengan uji korelasi produk momen *Pearson* menggunakan SPSS 25. Uji validitas dilakukan pada hasil pembagian kuesioner sebagai data primer pada penelitian ini. Butir pernyataan yang diajukan dapat dikategorikan *valid* jika r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel dan apabila hasilnya menunjukkan sebaliknya maka butir pertanyaan tidak *valid*.

2.2 Uji Reliabilitas

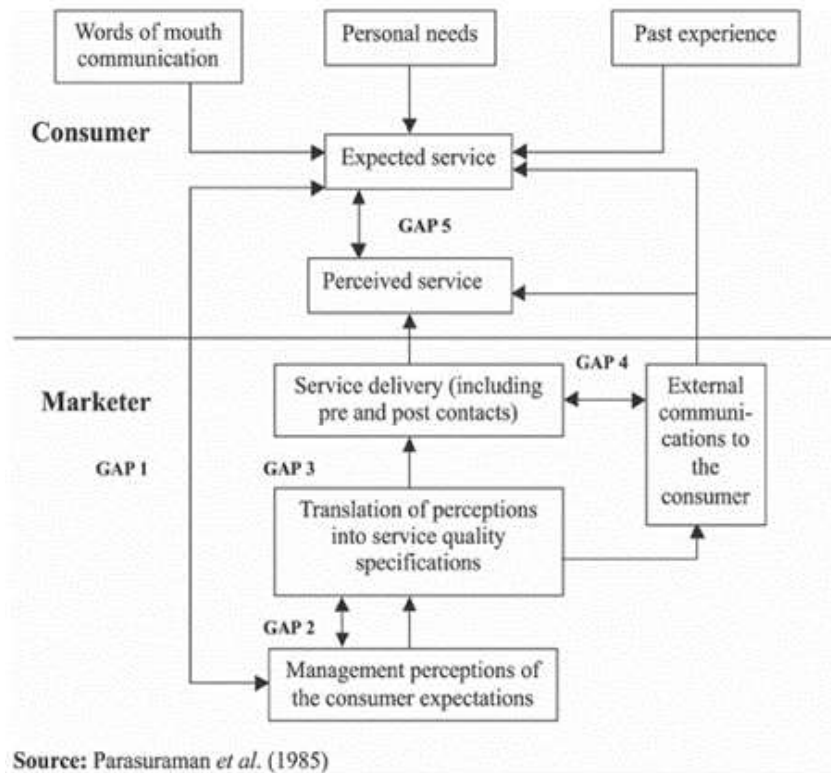
Uji reliabilitas data bertujuan untuk menguji alat yang diperlukan pada penelitian agar dapat dipercaya dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup. Butir pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat dinyatakan reliabel apabila dapat menghasilkan nilai $\alpha > 0,50$.

2.3 Service Quality (ServQual)

Penaksiran kualitas jasa dengan model *ServQual* disusun untuk menghitung harapan dan persepsi pelanggan. Kelima dimensi kualitas jasa dapat dikembangkan menjadi butir-butir pernyataan untuk menggambarkan harapan dan persepsi berdasar skala *likert*. *Service Quality* menganalisis dua variabel utama, *expected service* dan *perceived service* (Lukita et al., 2020). Skor dari *Service Quality* perpasang pernyataan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Skor Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \quad (1)$$

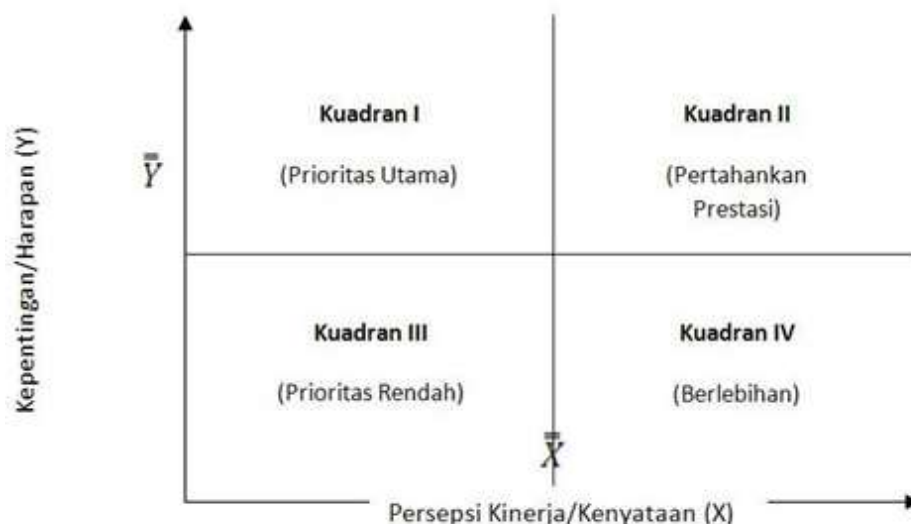
Instrumen *ServQual* dilandaskan pada asumsi bahwa pelanggan membandingkan kinerja jasa pada atribut-atribut yang relevan dengan standar kualitas ideal untuk masing-masing atribut jasa. Adanya *gap* pada instrumen *ServQual* yaitu untuk menunjukkan kesenjangan antara harapan dengan kenyataan atas layanan yang diberikan perusahaan. Harapan merupakan permintaan ideal dari konsumen terhadap layanan yang mereka dapatkan. Penelitian ini mengembangkan fokus pada *gap* kelima yaitu *gap* dalam layanan yang dirasakan. Menurut Athanasia, Vasiliki and Maria (2020) banyak konsep untuk menilai kualitas layanan. Penelitian mengkaji sebuah konsep yang diukur menggunakan model *Service Quality*, menganalisis dampak dari lima dimensi kualitas layanan.



Gambar 1. Model Konseptual Servqual

2.4 Importance-Performance Analysis (IPA)

Metode IPA merupakan metode analisis yang dapat menelaah dengan detail mengenai tingkat kepentingan dari suatu atribut dengan performa perusahaan. Perusahaan yang melaksanakan strategi bisnis dapat terbantu dengan adanya teknik IPA karena dapat lebih terarah. IPA merupakan metode yang mampu menjabarkan tingkat kepentingan yang disajikan menggunakan diagram kartesius yang bertujuan untuk menentukan posisi dari faktor yang turut menentukan kepuasan pelanggan. Terdapat dua sumbu diagram kartesius yaitu sumbu mendatar (X) sebagai nilai kinerja dan sumbu tegak (Y) sebagai nilai kepentingan (Murasidi, 2018).



Gambar 2. Diagram Kartesius IPA

IPA merupakan teknik analisis yang pertama kali dikemukakan oleh John A. Martilla dan John C. James di tahun 1977 (Martilla & James, 2013). Teknik IPA menggabungkan ukuran kinerja dan kepentingan pelanggan yang dirasakan kedalam diagram dua dimensi. Setelahnya setiap kuadran dalam teknik IPA mewakili strategi yang berbeda yang menjadi perhatian dan tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan (Hong et al., 2020).

1. Kuadran Pertama (I)

Atribut yang terdapat pada kuadran pertama (I) yaitu atribut yang membutuhkan penyelesaian yang harus diutamakan terlebih dahulu oleh pihak bengkel dikarenakan tingkat kepentingannya yang tinggi namun tingkat pelaksanaannya masih tergolong rendah.

2. Kuadran Kedua (II)

Atribut yang terdapat pada kuadran kedua (II) yaitu atribut yang kondisinya harus tetap dipertahankan oleh pihak manajemen bengkel dikarenakan tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya sama-sama tinggi.

3. Kuadran Ketiga (III)

Atribut yang ada di kuadran ketiga (III) adalah atribut yang memerlukan prioritas namun sifatnya rendah, hal tersebut dikarenakan tingkat kepentingannya yang rendah dan tingkat pelaksanaannya juga rendah. Atribut di kuadran tiga ini sifatnya tidak terlalu darurat harus mendapat perhatian lebih dan harus segera dilakukan perbaikan karena pada masa yang akan datang atribut pada kuadran ketiga dapat berubah menjadi tuntutan pelanggan.

4. Kuadran Keempat (IV)

Atribut di kuadran keempat (IV) yaitu atribut yang mempunyai tingkat kepentingan rendah namun tingkat kepuasan atas pelaksanaannya tinggi sehingga atribut kuadran empat memerlukan alokasi sumber daya terkait atribut kuadran ketiga dengan atribut di kuadran lain yang memiliki tingkat prioritas perbaikan lebih tinggi (Kurniawati & Hariastuti, 2020).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-Laki	39	48
Perempuan	43	52
Jumlah	82	100

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
11-20 tahun	19	23
21-30 tahun	38	46
31-40 tahun	13	16
41-50 tahun	9	11
51-60 tahun	3	4
Jumlah	82	100

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Karyawan swasta	30	37
Mahasiswa	26	32
Ibu rumah tangga	4	5
PNS	4	5
Wiraswasta	4	5
Pelajar	3	4
Terapis	2	2
Dosen	1	1
Sales	1	1
Baker	1	1
Pensiunan	1	1
Call center officer	1	1
Atlet	1	1
Preseller	1	1
Driver Gojek	1	1
Pramusaji	1	1
Jumlah	82	100

3.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Pelanggan Bengkel

Atribut	R Hitung Tingkat Kepuasan	R Hitung Tingkat Kepentingan	R Tabel	Uji Validitas	Uji Reliabilitas
Penataan fasilitas bengkel secara keseluruhan rapi.	0,514	0,621	0,361	Valid	Reliabel
Fasilitas ruangan tunggu servis bersih, dan nyaman.	0,459	0,423	0,361	Valid	Reliabel
Penampilan karyawan bengkel berpakaian rapi dan profesional.	0,462	0,643	0,361	Valid	Reliabel
Bengkel memiliki fasilitas parkir yang cukup luas.	0,578	0,745	0,361	Valid	Reliabel

Atribut	R Hitung Tingkat Kepuasan	R Hitung Tingkat Kepentingan	R Tabel	Uji Validitas	Uji Reliabilitas
Fasilitas toilet (WC) yang tersedia di bengkel bersih.	0,492	0,683	0,361	Valid	Reliabel
Kelengkapan peralatan servis yang tersedia di bengkel memadai.	0,393	0,677	0,361	Valid	Reliabel
Mekanik bengkel dapat diandalkan dan pengerjaan servis kendaraan dilakukan dengan tepat waktu.	0,689	0,607	0,361	Valid	Reliabel
Ketepatan service advisor dalam menginformasikan kerusakan kendaraan atau saran perbaikan baik.	0,480	0,649	0,361	Valid	Reliabel
Counter menginformasikan garansi kepada pelanggan setelah melakukan servis.	0,574	0,580	0,361	Valid	Reliabel
Kesesuaian biaya layanan servis dan sparepart terperinci dengan jelas.	0,469	0,675	0,361	Valid	Reliabel
Saat kendaraan masuk bengkel sudah diarahkan oleh service advisor.	0,382	0,611	0,361	Valid	Reliabel
Pihak bengkel menginformasikan waktu proses dan biaya service atau penggantian sparepart.	0,386	0,730	0,361	Valid	Reliabel
Service advisor mendengarkan keluhan dari pelanggan mengenai kondisi kendaraan dengan baik.	0,562	0,635	0,361	Valid	Reliabel
Mekanik selalu sigap dalam melaksanakan proses servis.	0,372	0,758	0,361	Valid	Reliabel
Saya merasa yakin terhadap performa kerja karyawan Bengkel AHASS UMS Motor II.	0,379	0,723	0,361	Valid	Reliabel
Saya merasa aman saat melakukan transaksi biaya servis.	0,450	0,720	0,361	Valid	Reliabel
Karyawan bengkel selalu mengedepankan sikap sopan terhadap pelanggannya.	0,495	0,579	0,361	Valid	Reliabel
Service advisor berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik mengenai pertanyaan atau keluhan yang diajukan oleh pelanggan.	0,530	0,683	0,361	Valid	Reliabel
Saya merasa nyaman dan yakin proses servis kendaraan sudah sesuai dengan standar AHASS.	0,511	0,455	0,361	Valid	Reliabel
Saya merasa mendapatkan perhatian secara personal saat kendaraan masuk menjumpai service advisor.	0,479	0,566	0,361	Valid	Reliabel
Saya merasa mendapatkan perhatian secara personal saat mendaftarkan kendaraan untuk melakukan servis di counter.	0,602	0,466	0,361	Valid	Reliabel
Saya melihat karyawan bengkel giat bekerja dan memperlakukan pelanggan lainnya dengan perhatian yang sama.	0,361	0,604	0,361	Valid	Reliabel
Saya merasa karyawan merespon dengan baik atas kritik dan saran yang disampaikan oleh pelanggan.	0,564	0,674	0,361	Valid	Reliabel

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.849	23

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.931	23

Berdasarkan Tabel Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Pelanggan Bengkel diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan pada kuesioner penelitian yang meliputi lima dimensi kualitas jasa pada persepsi maupun harapan pelanggan berjumlah 23 pernyataan dikatakan *valid*. Hasil tersebut didasarkan pada nilai R hitung yang hasilnya lebih besar dibandingkan dengan R tabel ($R_{hitung} > R_{tabel}$) dengan taraf signifikansi 5%. Berdasarkan hasil uji reliabilitas tingkat kepuasan pelanggan hasilnya menunjukkan bahwa masing-masing atribut pada kuesioner tersebut memiliki nilai *cronbach's alpha* antara 0,800-1,000 yaitu sebesar 0,849 untuk tingkat kepuasan atau persepsi dan 0,931 untuk tingkat kepentingan atau harapan, Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa semua pernyataan mengenai fasilitas dan pelayanan Bengkel AHASS UMS Motor II baik kolom persepsi maupun harapan layak digunakan sebagai instrumen penelitian serta layak untuk dilakukan analisis..

3.3 Service Quality

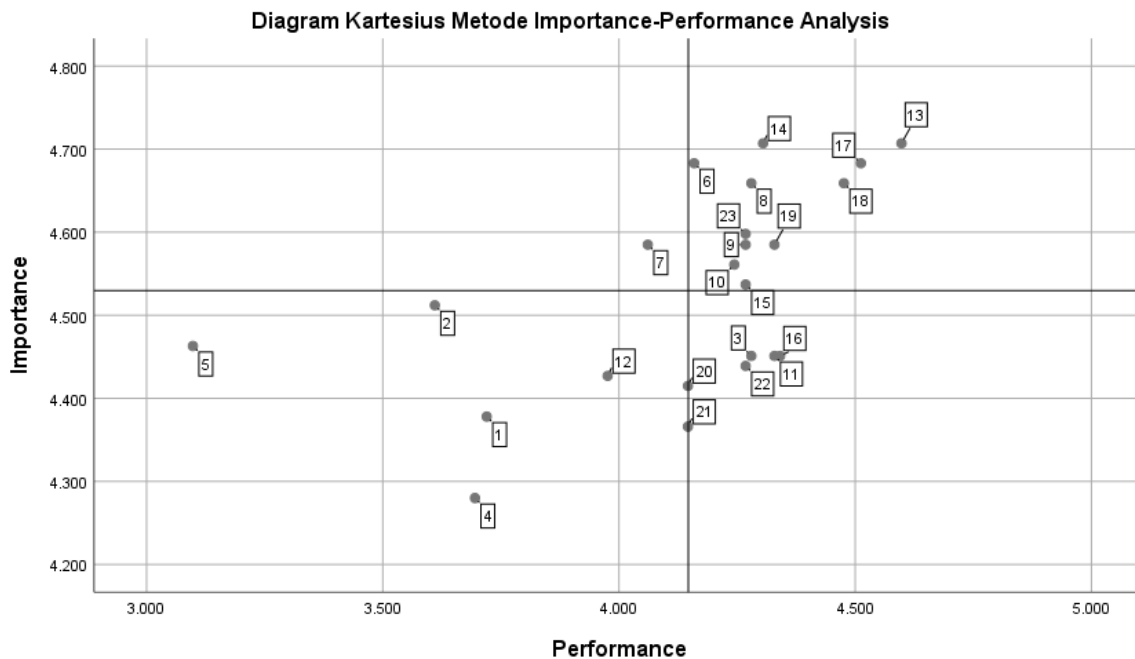
Tabel 7. Nilai *Gap Service Quality* per Atribut

No	Atribut	Persepsi	Harapan	GAP
1	Penataan fasilitas bengkel secara keseluruhan rapi.	3,720	4,378	-0,659
2	Fasilitas ruangan tunggu servis bersih, dan nyaman.	3,610	4,512	-0,902
3	Penampilan karyawan bengkel berpakaian rapi dan profesional.	4,280	4,451	-0,171
4	Bengkel memiliki fasilitas parkir yang cukup luas.	3,695	4,280	-0,585
5	Fasilitas toilet (WC) yang tersedia di bengkel bersih.	3,098	4,463	-1,366
6	Kelengkapan peralatan servis yang tersedia di bengkel memadai.	4,159	4,683	-0,524
7	Mekanik bengkel dapat diandalkan dan pengerjaan servis kendaraan dilakukan dengan tepat waktu.	4,061	4,585	-0,524
8	Ketepatan service advisor dalam menginformasikan kerusakan kendaraan atau saran perbaikan baik.	4,280	4,659	-0,378
9	Counter menginformasikan garansi kepada pelanggan setelah melakukan servis.	4,268	4,585	-0,317

No	Atribut	Persepsi	Harapan	GAP
10	Kesesuaian biaya layanan servis dan sparepart terperinci dengan jelas.	4,244	4,561	-0,317
11	Saat kendaraan masuk bengkel sudah diarahkan oleh service advisor.	4,329	4,451	-0,122
12	Pihak bengkel menginformasikan waktu proses dan biaya service atau pergantian sparepart.	3,976	4,427	-0,451
13	Service advisor mendengarkan keluhan dari pelanggan mengenai kondisi kendaraan dengan baik.	4,598	4,707	-0,110
14	Mekanik selalu sigap dalam melaksanakan proses servis.	4,305	4,707	-0,402
15	Saya merasa yakin terhadap performa kerja karyawan Bengkel AHASS UMS Motor II.	4,268	4,537	-0,268
16	Saya merasa aman saat melakukan transaksi biaya servis.	4,341	4,451	-0,110
17	Karyawan bengkel selalu mengedepankan sikap sopan terhadap pelanggannya.	4,512	4,683	-0,171
18	Service advisor berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik mengenai pertanyaan atau keluhan yang diajukan oleh pelanggan.	4,476	4,659	-0,183
19	Saya merasa nyaman dan yakin proses servis kendaraan sudah sesuai dengan standar AHASS.	4,329	4,585	-0,256
20	Saya merasa mendapatkan perhatian secara personal saat kendaraan masuk menjumpai service advisor.	4,146	4,415	-0,268
21	Saya merasa mendapatkan perhatian secara personal saat mendaftarkan kendaraan untuk melakukan servis di counter.	4,146	4,366	-0,220
22	Saya melihat karyawan bengkel giat bekerja dan memperlakukan pelanggan lainnya dengan perhatian yang sama.	4,268	4,439	-0,171
23	Saya merasa karyawan merespon dengan baik atas kritik dan saran yang disampaikan oleh pelanggan.	4,268	4,598	-0,329

Berdasarkan Tabel Nilai *Gap Service Quality* per atribut dapat diketahui bahwa jumlah nilai kualitas layanan berdasarkan *Service Quality* hasilnya sebesar -8,805 dan *gap* pada rata-rata persepsi dan harapan tiap dimensi menunjukkan hasil negatif. Penilaian kesenjangan kualitas layanan berdasarkan *Service Quality* ini ditunjukkan melalui nilai *gap*nya. Angka kesenjangan yang bernilai positif menunjukkan bahwa kualitas layanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa sudah melebihi ekspektasi pelanggannya. Sebaliknya, apabila angka kesenjangan bernilai negatif maka dapat diartikan penyedia layanan jasa belum dapat memenuhi harapan atau keinginan dari pelanggannya (Nurhidayat, 2019). Berdasarkan pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai *gap* atau kesenjangan pada setiap atribut bernilai negatif. Dengan adanya angka kesenjangan bernilai negatif dapat diartikan bahwa kualitas layanan pada Bengkel AHASS UMS Motor II belum memuaskan dan belum dapat memenuhi keinginan dari pelanggannya.

3.4 Importance-Performance Analysis



Gambar 3. Hasil Diagram Kartesius IPA

Pengolahan data menggunakan diagram kartesius memiliki tujuan untuk melihat dan membedakan secara lebih detail mengenai atribut-atribut yang perlu dilakukan perbaikan dan atribut yang perlu dipertahankan kinerjanya oleh Bengkel AHASS UMS Motor II. Berdasarkan Gambar 3. yang menunjukkan hasil diagram kartesius pada metode *Importance-Performance Analysis* terbagi menjadi empat kuadran dengan nilai sumbu X yang menunjukkan *performance* sebesar 4,147 dan sumbu Y yang menunjukkan *importance* sebesar 4,529. Kuadran I sebagai prioritas perbaikan utama diisi oleh pernyataan nomor 7, kuadran kedua diisi oleh pernyataan nomor 6, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 17, 18, 19, dan 23 dimana pada kuadran tersebut perusahaan dianjurkan untuk mempertahankan kondisi atau prestasi, kuadran ketiga sebagai prioritas tingkat rendah diisi oleh pernyataan nomor 1, 2, 4, 5, 12, 20, 21, dan kuadran keempat dimana kondisi kinerjanya cenderung berlebihan sedangkan tingkat kepentingannya cenderung rendah diisi oleh pernyataan nomor 3, 11, 16, 22.

Penelitian sejenis telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian yang pertama dilakukan oleh Adiba Galuh Prastika (2019) tentang “Analisis Kualitas Pelayanan AHASS UMS Motor dengan Metode *Servqual* dan *Importance-Performance Analysis*”. Tujuan penelitian ini untuk mengukur tingkat kepuasan layanan yang diberikan oleh AHASS UMS Motor I terhadap pelanggannya untuk mempertahankan eksistensi, melakukan perbaikan, dan meningkatkan keuntungan perusahaan. Penelitian ini menggunakan lima dimensi kualitas jasa pada model *Service Quality*, perhitungan *Customer Satisfaction Index*, dan dianalisis dengan menggunakan metode IPA. Berdasarkan pengukuran *Service Quality* pada penelitian yang dilakukan di AHASS UMS Motor I didapatkan hasil bahwa *gap* pada dimensi *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* bernilai positif, artinya pada dimensi tersebut tingkat layanannya telah memenuhi harapan atau ekspektasi pelanggan.

Namun pada dimensi *reliability* nilai gapnya masih negatif, artinya tingkat layanan dimensi tersebut belum memenuhi ekspektasi pelanggan. Berdasarkan perhitungan *Customer Satisfaction Index* didapatkan angka 88,37%, dimana persentase tersebut dapat digolongkan pada tingkat kepuasan “sangat puas”. Berdasarkan analisis data menggunakan *Importance-Performance Analysis* didapatkan hasil bahwa perbaikan dengan prioritas utama yaitu atribut yang berada pada kuadran I diisi oleh 4 butir pernyataan, yaitu pernyataan mengenai kemampuan mekanik dalam memberikan pelayanan, kehandalan mekanik dalam penanganan dan perbaikan sepeda motor, kejelasan informasi yang disampaikan karyawan, dan kesesuaian harga yang ditawarkan oleh bengkel dengan proses transaksi aktualnya.

Penelitian kedua dilakukan oleh Annisa (2019) tentang “Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS UMS Motor”. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel resmi Honda AHASS UMS Motor. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji T, dan uji F. Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data didapatkan bahwa fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

3.5 Saran Perbaikan

Saran perbaikan dibagi menjadi 2 skala prioritas sesuai dengan kuadran *Importance-Performance Analysis*. Kriteria penilaian yang terdapat dalam kuadran I merupakan prioritas utama mengenai atribut layanan yang harus ditingkatkan, kemudian dilanjutkan dengan atribut layanan yang masuk dalam kuadran III sebagai prioritas berikutnya (Dzulfikar et al., 2021).

3.5.1 Saran Perbaikan Kuadran I *Importance-Performance Analysis*

Pernyataan nomor 7 berisi pernyataan tentang keandalan mekanik bengkel pada pengerjaan servis kendaraan dilakukan dengan tepat waktu. Atribut pelayanan tersebut dapat dibenahi oleh pihak Bengkel AHASS UMS Motor II dengan menginformasikan estimasi waktu tunggu pengerjaan *service* sepeda motor kepada pelanggan yang disesuaikan dengan kondisi antrean *service* saat pelanggan mendaftarkan sepeda motornya untuk dilakukan *service* kepada *service advisor* atau *counter*. supaya pelanggan memiliki pandangan tersendiri terkait waktu tunggu sehingga tidak gelisah ketika menunggu proses *service* terlalu lama dan berulang bertanya kepada *counter* mengenai durasi *service* sepeda motor atau pergantian *sparepart* pelanggan tersebut.

3.5.2 Saran Perbaikan Kuadran III *Importance-Performance Analysis*

1. Pernyataan 1

Pernyataan nomor 1 berisi pernyataan tentang penataan fasilitas bengkel secara keseluruhan. Atribut mengenai fasilitas layanan tersebut dapat dibenahi dengan melakukan evaluasi penataan

seperti kegiatan merapikan alat-alat yang digunakan oleh mekanik bengkel yang terdapat di lantai *service* maupun di rak bengkel, pemberian keterangan pada beberapa tempat dapat lebih diperjelas, penataan antrean motor dapat lebih dirapikan kembali agar tidak menghalangi pelanggan ketika masuk ke bengkel menuju ke *counter*, dan penataan di ruang tunggu dapat dilakukan pembenahan.

2. Pernyataan 2

Pernyataan nomor 2 berisi pernyataan tentang fasilitas ruangan tunggu *service*. Atribut fasilitas layanan ini dapat dilakukan perbaikan oleh pihak bengkel dengan kegiatan pembaharuan cat dinding pada fasilitas ruang tunggu yang sudah banyak noda-noda, pembersihan sudut-sudut atap pada ruang tunggu, pembersihan debu pada setiap sisi ruang tunggu, fasilitas AC atau kipas angin yang diadakan kembali, evaluasi mengenai penerangan pada ruang tunggu, dan pengaturan ruangan AC dan non AC dapat lebih diperhatikan kembali oleh pihak bengkel.

3. Pernyataan 4

Pernyataan nomor 4 berisi pernyataan tentang bengkel memiliki fasilitas parkir bengkel. Fasilitas parkir pada Bengkel AHASS UMS Motor II sangat terbatas dan berdekatan dengan bahu jalan raya. Evaluasi yang dapat dilakukan pihak bengkel yaitu petugas cuci motor yang ada di bagian depan bengkel dapat merapikan kembali penataan parkirnya maupun penataan kendaraan karyawan dan melakukan perbaikan pada genangan di depan bengkel yang memicu lahan parkir menjadi becek agar lahan parkir menjadi bertambah luas.

4. Pernyataan 5

Pernyataan nomor 5 berisi pernyataan tentang fasilitas toilet (WC) yang tersedia di bengkel. Bengkel AHASS UMS Motor II memiliki dua fasilitas toilet, yaitu satu toilet khusus untuk karyawan dan satu toilet untuk pelanggan bengkel. Keadaan toilet pelanggan bengkel yang terkesan masih kumuh dapat dilakukan perbaikan dengan cara mengganti lampu penerangan toilet agar tidak terlihat remang-remang, melakukan pengecatan ulang pada dinding toilet, melakukan pembersihan terhadap seisi toilet, dan pemberian wangi-wangian sederhana pada toilet tersebut supaya terlihat lebih bersih dan nyaman untuk digunakan.

5. Pernyataan 12

Pernyataan nomor 12 berisi pernyataan tentang penyampaian informasi dari pihak bengkel kepada pelanggan mengenai waktu proses dan biaya *service* atau pergantian *sparepart*. Atribut tersebut dapat dievaluasi dengan melakukan penyampaian informasi mengenai estimasi waktu tunggu dari *service advisor* kepada pelanggan sesuai melakukan tanda tangan pada kertas tanda pengambilan sepeda motor yang tentu saja dipertimbangkan dengan jumlah mekanik yang tersedia dan antrean *servicenya*, terkait dengan biaya *service* sepeda motor pihak *counter* dapat menjelaskan lebih

detail mengenai rincian biaya *service* maupun pergantian *sparepart* saat melakukan konfirmasi setelah pengecekan pom-pom kepada pelanggan.

6. Pernyataan 20

Pernyataan nomor 20 berisi pernyataan tentang sikap perhatian secara personal saat kendaraan masuk menjumpai *service advisor*. Atribut layanan tersebut dapat ditingkatkan oleh *service advisor* bengkel dengan senantiasa menerapkan budaya 5S yaitu senyum, salam, sapa, sopan, dan santun serta menerapkan salam satu hati milik AHM lalu dapat dilanjutkan dengan bertanya mengenai tujuan pelanggan datang ke bengkel dan menanyakan terkait kendala sepeda motor yang akan dilakukan *service* maupun pergantian *sparepart* tersebut.

7. Pernyataan 21

Pernyataan nomor 21 berisi pernyataan tentang pemberian perhatian secara personal saat mendaftarkan kendaraan dari *counter* kepada pelanggan. Atribut tersebut dapat ditingkatkan oleh pihak *counter* senantiasa menerapkan budaya 5S yaitu senyum, salam, sapa, sopan, dan santun serta menerapkan salam satu hati milik AHM serta saat melakukan konfirmasi terkait *service* atau pergantian *sparepart* kepada pelanggan, pihak *counter* tidak perlu terlalu cepat menjelaskan terkait hal yang perlu disampaikannya sehingga pelanggan lebih mudah memahami mengenai perincian *service* sepeda motor yang akan dilakukan.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian adalah berdasarkan *Service Quality* didapatkan rata-rata nilai persepsi dan harapan pada dimensi bukti fisik (*tangible*) sebesar 3,760 dan 4,461, rata-rata nilai persepsi dan harapan pada dimensi keandalan (*reliability*) sebesar 4,214 dan 4,598, rata-rata nilai persepsi dan harapan pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) sebesar 4,300 dan 4,573, rata-rata nilai persepsi dan harapan pada dimensi jaminan (*assurance*) sebesar 4,386 dan 4,583, dan rata-rata nilai persepsi dan harapan pada dimensi empati (*emphaty*) sebesar 4,207 dan 4,454. Berdasarkan nilai rata-rata per dimensi tersebut dapat diketahui bahwa nilai *gap* pada setiap dimensi bernilai negatif. Maka, dapat disimpulkan bahwa keinginan pelanggan masih lebih tinggi dibandingkan dengan kondisi nyata yang dirasakan pelanggan atau dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan Bengkel AHASS UMS Motor II belum memuaskan.

Berdasarkan diagram *scatter plot* pada metode *Importance-Performance Analysis* dapat diketahui atribut-atribut yang masuk ke dalam 4 kuadran sebagai berikut:

1. Kuadran I: P7.
2. Kuadran II: P6, P8, P9, P10, P13, P14, P15, P17, P18, P19, dan P23.
3. Kuadran III: P1, P2, P4, P5, P12, P20, dan P21.

4. Kuadran IV: P3, P11, P16, dan P22.

Atribut-atribut layanan yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitas layanannya ditentukan berdasarkan dari kuadran I yaitu dengan keterangan *concentrate here* dan kuadran III dengan keterangan *low priority*. Perbaikan yang perlu dilakukan pada kuadran I sebagai prioritas utama yaitu mengenai penataan fasilitas bengkel secara keseluruhan. Selanjutnya prioritas perbaikan dengan skala rendah pada kuadran III yaitu mengenai penataan fasilitas bengkel secara keseluruhan, fasilitas ruangan tunggu *service*, fasilitas parkir bengkel, fasilitas toilet (WC) yang tersedia di bengkel, penyampaian informasi dari pihak bengkel kepada pelanggan mengenai waktu proses dan biaya *service* atau pergantian *sparepart*, sikap perhatian secara personal saat kendaraan masuk menjumpai *service advisor*, dan pemberian perhatian secara personal saat mendaftarkan kendaraan dari *counter* kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifah, U. N., Prahutama, A., & Rusgiyono, A. (2020). Metode Servqual, Kuadran Ipa, Dan Indeks PgcV Untuk Menganalisis Kualitas Pelayanan Rumah Sakit X. *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang*, 8(2), 144. <https://doi.org/10.26714/jsunimus.8.2.2020.144-151>
- Athanasia, Z., Vasiliki, K., & Maria, T. (2020). *An Importance-Performance Analysis of Personal Training Studios and Gyms Service Quality*. 403–411
- Annisa, A. (2019). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Resmi Honda AHASS UMS Motor*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/78466>
- Dzulfikar, A., Jahroh, S., & Ali, M. M. (2021). Strategi Peningkatan Kepuasan Konsumen Jahe Sang Jawa Di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Pendekatan Importance Performance Analysis. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7(3), 681–693. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.3.681>
- Hong, Y., Cai, G., Mo, Z., Gao, W., Xu, L., & Jiang, Y. (2020). *The Impact of COVID-19 on Tourist Satisfaction with B & B in Zhejiang , China : An Importance – Performance Analysis*. January.
- Karim, M. (2020). *Model for Measuring Customer Satisfaction : An Analysis of Quantitative Data*. 04(12), 117–125.
- Kurniawati, E. P., & Hariastuti, N. P. (2020). Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Wifi Corner Menggunakan Servqual, IPA dan Index PGCV (Studi kasus pada pelanggan wifi corner Surabaya). *Prosiding Seminar Nasional Sains Dan Teknologi Terapan*, 1(1), 25–30.
- Lukita, C., Pranata, S., & Agustin, K. (2020). Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Untuk Analisa Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Tinggi Pada Mahasiswa Di Cirebon. *Jurnal Digit*, 9(2), 167. <https://doi.org/10.51920/jd.v9i2.117>
- Martilla, J. A., & James, J. C. (2013). *Importance-Per Analysis*. 41(1), 77–79
- Mohamed, B., Noorashid, N. A., & Zolkepli, A. F. (2022). *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction as Measured by Servqual : A Case Study of. I*, 79–90.
- Murasidi. (2018). Pengukuran Kualitas Pelayanan Pada Puskesmas Xyz Dengan Menggunakan Metode Servqual , Importance Performance Analysis Dan Potential Gain Customer Value. *Jurnal TIN Universitas Tanjungpura*, 3(1), 92–97.
- Njau, F. W., Mutisya, M., Ph, M., & Mutinda, R. (2019). *An Integrated Servqual and Gap Model in Evaluating Customer Satisfaction in Budget Hotels in Nairobi City County , Kenya*. 3(Ii), 41–

70. <https://doi.org/10.7176/ijcab.v3i3.6>

- Nurhidayat, E. (2019). Perbedaan Harapan Pelanggan Persepsi Dimensi Kualitas Layanan di Pecel Solo Restaurant. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(2), 35–42.
- Pasaribu, C., Harmaja, O. J., Br Perangin-angin, M., & Lahagu, Y. B. (2021). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Perkreditan Rakyat Menggunakan Metode Service Quality dan Index Potential Gain Customer Value. *Jurnal Sistem Informasi Dan Ilmu Komputer Prima(JUSIKOM PRIMA)*, 5(1), 7–14. <https://doi.org/10.34012/jurnalsisteminformasidanilmukomputer.v5i1.1903>
- Prastika, A. G., Munawir, I. H., & M, E. S. T. (2019). *Analisis Kualitas Pelayanan AHASS UMS Motor dengan Metode SERVQUAL dan Importance Performance Analysis*. [http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/76855%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/76855/11/NASKAH PUBLIKASII.pdf](http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/76855%0Ahttp://eprints.ums.ac.id/76855/11/NASKAH_PUBLIKASII.pdf)
- Purwasih, R., Aden, A., & Arofah, I. (2022). Analisis Kepuasan Pengunjung Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa). *MathVision : Jurnal Matematika*, 4(1), 7–10. <https://doi.org/10.55719/mv.v4i1.308>
- Reski Dewi Pratiwi, R. S. P. P. (2022). *Analisis Gap Kualitas Pelayanan Rawat Jalan RSUD Takalar Dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Analysis of the Outpatient Service Quality Gap at Takalar Regional Public Hospital by Using Servqual and Importance Performance Analysis Me*. 8, 45–59.
- Shahin, A., & Dabestani, R. (2010). Correlation Analysis of Service Quality Gaps in a Four-Star Hotel in Iran. *International Business Research*, 3(3), 40. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n3p40>
- Studies, M., Republic, C., & Bohemia, C. (2019). *Using the SERVQUAL Model in Prediction of Customer Satisfaction in Czech Fitness Centres*. 7(1), 42–49. <https://doi.org/10.17265/2328-2185/2019.01.004>