

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA BENGKEL CARFIX DENGAN METODE
SERVQUAL**

(Studi Kasus: Bengkel CARFIX Majapahit Semarang)



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Study Strata I pada
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh:

Vio Aji Ichsan Imani

D 600 160 048

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA BENGKEL CARFIX DENGAN METODE
SERVQUAL
(Studi Kasus: Bengkel CARFIX Majapahit Semarang)**

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

VIO AJI ICHSAN IMANI
D 600 160 048

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen
Pembimbing



Ir. Ahmad Kholid Al Ghofari, S.T., M.T
NIK. 985

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA BENGKEL CARFIX DENGAN METODE
SERVQUAL**

(Studi Kasus: Bengkel CARFIX Majapahit Semarang)

**OLEH
VIO AJI ICHSAN IMANI
D 600 160 048**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Jum'at, 3 Juli 2020
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji:

1. Ir. Ahmad Kholid Al Ghofari, S.T., M.T
(Ketua Dewan Penguji) (.....)
2. Ir. Ratnanto Fitriadi, S.T., M.T
(Anggota I Dewan Penguji) (.....)
3. Ir. Hafidh Munawir, S.T., M.Eng
(Anggota II Dewan Penguji) (.....)

Dekan,



Ir. Sri Sunarjono, M.T., Ph.D., IPM
NIK. 682

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 5 Juli 2020

Penulis



VIO AJI ICHSAN IMANI

D 600 160 048

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL CARFIX DENGAN METODE SERVQUAL

Abstrak

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam suatu bisnis terutama yang bergerak pada bidang jasa, kualitas layanan yang baik dapat memberikan faktor kepuasan bagi pelanggan dan membuat pelanggan menjadi loyal terhadap layanan jasa yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan faktor layanan apa saja yang belum terpenuhi pada Bengkel Carfix Majapahit Semarang yang selanjutnya akan diberikan usulan untuk dilakukan perbaikan. Dengan menggunakan metode SERVQUAL gap 5 yaitu membandingkan antara nilai persepsi pelanggan dan nilai harapan pelanggan, dengan kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan sebanyak 36 kuesioner. Diperoleh hasil bahwa terdapat 22 item pertanyaan yang dapat digunakan sebagai instrumen pengukuran kualitas layanan. Pada gap per dimensi gap terbesar adalah dimensi bukti fisik, dengan urutan gap nya yaitu -0,60 (Bukti Fisik), -0,549 (Daya Tanggap), -0,533 (Keandalan), -0,406 (Jaminan), dan -0,343 (Empati). pengukuran instrumen pengaruh kualitas layanan yang ada pada bengkel carfix majapahit semarang terhadap kepuasan pelanggan, dengan melakukan uji F dan didapat hasil $\sigma < 0,050$ diketahui bahwa variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil Uji T (uji statistik) hanya variabel bukti fisik yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau dependen dengan nilai σ nya sebesar $0,042 < 0,050$, sedangkan variabel lainnya (daya tanggap, jaminan, keandalan, empati) mempunyai nilai $\sigma > 0,050$ sehingga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci : Gap, Kualitas Pelayanan, SERVQUAL

Abstract

Service quality is an important factor in a business that is engaged in services, the quality of service can provide satisfaction factors for customers and make customers become loyal to the services provided. This study aims to learn how to improve service quality to customer satisfaction and what service factors have not been met at Majapahit Semarang Carfix Workshop which will then be given an award for improvement. Using the SERVQUAL gap 5 method, which compares the value of customer perception and the value of customer expectations, with questionnaires that have been fulfilled by customers as many as 36 questionnaires. Obtained from the results provided 22 question items which can be used as an instrument of service quality assessment. In the gap per dimension, the largest gap is the physical dimension, with the order of the gap being -0.60 (Physical Evidence), -0.549 (Responsiveness), -0.533 (improvement), -0.406 (Guarantee), and -0.334 (Empathy). Instrument measurement. Improving the quality of services available in Semarang Majapahit carfix workshop on customer satisfaction, by conducting an F test and the results obtained $\sigma < 0.050$. From the results of the T-Test (statistical test) only physical evidence variables are needed significantly to the approval or dependency variable with a σ value of $0.042 < 0.050$, while other variables (responsiveness, Guarantee, Support, empathy) have a $\sigma > 0.050$ so they do not have significant influence.

Keyword: Gap, Quality of Service, SERVQUAL

1. PENDAHULUAN

Bengkel merupakan perusahaan otomotif yang bergerak di bidang jasa yang mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal ini dikarenakan peluang yang masih cukup luas dari bisnis bengkel ini. Tercatat pada situs resmi badan statistik kepemilikan mobil pribadi pada tahun 2018 sekitar 16.440.987 unit. Dimana kepemilikan mobil di Indonesia dibanding dengan negara lain masih sangat kecil sehingga berpotensi akan terus bertambah. Maka dari itu para pelaku bisnis usaha otomotif berlomba-lomba dalam mencari peluang di bisnis otomotif ini.

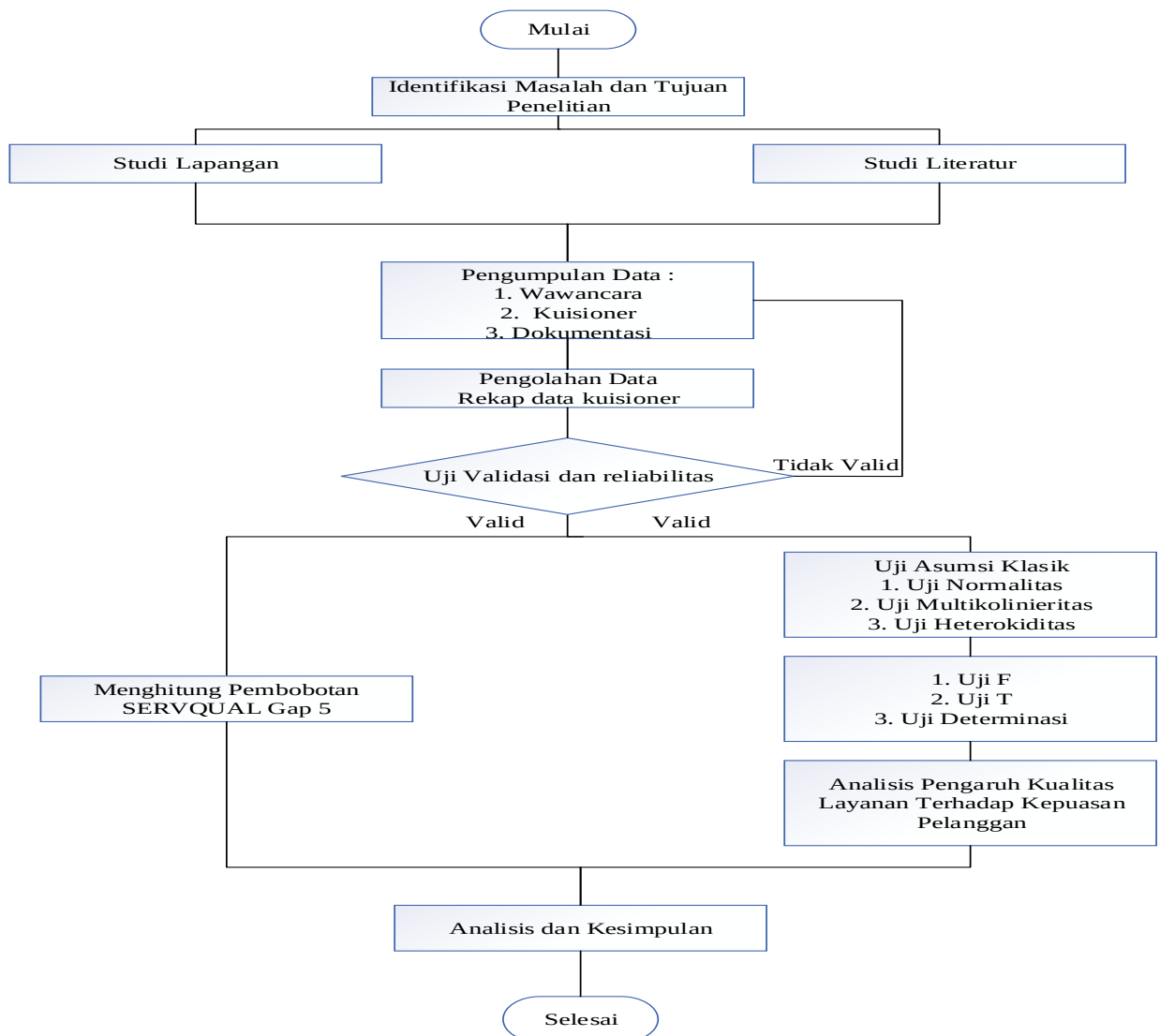
Mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pengguna kendaraan dalam memenuhi kebutuhan perawatan kendaraan dalam suatu bisnis jasa seperti bengkel secara tidak langsung dapat memberikan kepuasan kepada konsumen (Grönroos, 2001). perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi kepentingan konsumen (Harto *et al.*, 2015). Kualitas sendiri adalah kondisi yang berpengaruh pada produk, jasa, manusia yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Pentingnya peningkatan kualitas pelayanan, baik dari penyedia layanan publik atau swasta, selama bertahun-tahun telah menyebabkan pengembangan metode evaluasi kualitas beberapa layanan (Ocampo *et al.*, 2017). Salah satu metode yaitu SERVQUAL (*Service quality*) yang dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang telah mereka terima. Menurut Tjiptono dalam Sahanggamu *et al.*, (2015) Kualitas pelayanan sendiri dapat dibilang baik dan memuaskan apabila jasa yang diterima konsumen melebihi atau melampaui harapan yang diinginkan.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang diterima dengan harapannya (Purnamasari, 2015). Konsumen merasa puas akan suatu produk tentunya konsumen tersebut akan selalu menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus (Kotler dan Keller, 2014). Menurut Francis Buttle (2007: 28) Naiknya tingkat kepuasan akan meningkat pula kecenderungan konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Dalam melancarkan pemenuhan kepuasan atau harapan konsumen pengkajian ini dilakukan dengan menganalisis mengenai harapan konsumen dengan apa yang dirasakan oleh konsumen tersebut. Harapan pelanggan dari layanan dapat bervariasi terasa berdasarkan berbagai faktor seperti pengalaman sebelumnya, kebutuhan pribadi dan harapan orang lain dan persepsi pelanggan (Akhlaghi, Amini dan Akhlaghi, 2012).

Penelitian ini dilakukan di bengkel carfix majapahit yang berada di Semarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan bengkel Carfix Majapahit berdasarkan lima dimensi Servqual, serta untuk mengukur pengaruh dari lima dimensi Servqual terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan perbaikan dalam analisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap jasa yang diberikan oleh pihak bengkel carfix.

2. METODE

Penelitian ini dilakukan di Bengkel Carfix Majapahit Semarang yang beralamatkan pada Jl. Brigjen Sudiarto Palebon Semarang dengan mempelajari tingkat kepuasan pelanggan di bengkel tersebut. Tahapan-tahapan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. *Flowchart* Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL (Service Quality) yaitu pandangan konsumen terhadap hasil perbandingan antara ekspektasi konsumen dengan kenyataan yang diperoleh dari pelayanan (Dwi Haryono Wiratno ,1998), penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada bengkel Carfix majapahit semarang. Maka dari itu peningkatan kualitas layanan ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan bengkel carfix majapahit.

Penelitian ini juga bersifat asosiatif. Menurut Sugiyono (2004: 51) penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih, dalam kaitannya dengan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan bantuan instrumen alat ukur kuesiner. Penyusunan kuesioner didasarkan pada dimensi metode SERVQUAL yang telah ada. Menurut (Parasuraman, A. Zeithaml dan Berry, 1988) 5 dimensi tersebut yaitu :

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

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sejumlah 36 sampel, hal ini sudah disesuaikan dengan minimum sampel yang harus dipenuhi agar berdistribusi normal yaitu sebesar 30 – 100 sampel (Jogiyanto, 2011; Ghoali and Latan, 2015). Dalam pengolahan data pengujian instrumen pengukuran menggunakan bantuan *software* SPSS versi 16.0 yaitu terdiri dari :

2.1 Uji Validasi dan Uji Reliabilitas

Dalam setiap penelitian berbasis survei primer, pengukuran validitas dan reliabilitas item kuesioner sangat penting untuk menentukan apakah item dan pertanyaan mencakup berbagai isu atau masalah yang diukur atau tidak.(Alam dan Mondal, 2019). Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian

keperilakuan mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah (Harrison, dalam Zulganef, 2006). Sementara validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006).

2.2 Uji Asumsi Klasik

Pada kaidah statistik ekonometrika, apabila menggunakan regresi linier berganda, perlu melakukan pengujian terlebih dahulu terhadap kemungkinan pelanggaran asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, uji asumsi klasik dimaksudkan untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda dapat digunakan untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda dapat digunakan atau tidak (Ahmad, 2018).

2.3 Uji Linear Berganda (Uji Hipotesis)

Uji linear berganda untuk mengetahui seberapa pengaruh hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat baik secara parsial (Uji T) maupun secara simultan (Uji F).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengujian Kuesioner

3.1.1 Uji validasi

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2004:137).

Tabel 1. Uji Validasi

Aspek	Item Pertanyaan	R-hitung Kenyataan	R-hitung Harapan	R-Tabel	Keterangan
	Sikap service advisor yang baik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	0,560	0,178	0,3291	Tidak Valid
Daya Tanggap	Kecepatan service advisor dalam memenuhi permintaan pelanggan	0,493	0,434	0,3291	Valid
	Service advisor mendengarkan keluhan konsumen	0,489	0,586	0,3291	Valid
	Service advisor menginformasikan saran (biaya, waktu) dengan baik	0,519	0,766	0,3291	Valid
	Mekanik sigap dalam mengerjakan perbaikan mobil	0,650	0,690	0,3291	Valid
	Pihak bengkel Carfix Majapahit dapat dipercaya	0,678	0,744	0,3291	Valid
	Saya merasa aman saat melakukan transaksi	0,607	0,597	0,3291	Valid
Jaminan	Karyawan bengkel carfix selalu bersikap sopan	0,595	0,577	0,3291	Valid
	Ketepatan pihak bengkel dalam menepati janji kepada pelanggan	0,641	0,709	0,3291	Valid

Aspek	Item Pertanyaan	R-hitung Kenyataan	R-hitung Harapan	R-Tabel	Keterangan
Bukti Fisik	Hasil service mobil berjalan baik dan tidak ada kendala setelahnya	0,579	0,812	0,3291	Valid
	Ruang tunggu carfix nyaman	0,502	0,674	0,3291	Valid
	Karyawan bengkel carfix berpakaian rapi dan profesional	0,588	0,619	0,3291	Valid
	Fasilitas pendukung (toilet, mushola, wifi) sangat baik	0,651	0,764	0,3291	Valid
	Peralatan bengkel dan sparepart lengkap	0,563	0,671	0,3291	Valid
	Harga perbaikan atau servis terjangkau	0,620	0,619	0,3291	Valid
	Mekanik dapat diandalkan dalam menangani masalah mobil	0,690	0,745	0,3291	Valid
Keandalan	Proses pengerjaan dilakukan dengan tepat waktu	0,492	0,683	0,3291	Valid
	Informasi kerusakan dan saran perbaikan dilakukan dengan baik	0,698	0,644	0,3291	Valid
	Memberikan garansi kepada konsumen setelah service selesai	0,606	0,692	0,3291	Valid
	Harga dan jasa sesuai dengan yang dijanjikan diawal	0,736	0,824	0,3291	Valid
Empati	Kesediaan SA dalam menjalin hubungan komunikasi yang baik kepada pelanggan	0,646	0,682	0,3291	Valid
	Karyawan yang memperlakukan konsumen secara penuh perhatian	0,548	0,671	0,3291	Valid
	Karyawan yang memahami kebutuhan konsumen	0,540	0,741	0,3291	Valid

Berdasarkan Tabel 1. dapat diketahui bahwa hanya terdapat 1 variabel yang tidak valid yaitu pada pertanyaan; sikap service advisor yang baik dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan, pertanyaan tersebut tidak dapat digunakan sebagai instrumen pengambilan data.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran instrumen dapat dipercaya (widodo, 2004).

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kenyataan	0,915	Reliabel
Harapan	0,936	Reliabel

Dari tabel 2. dapat dilihat nilai koefisien Cronbach Alpha untuk variabel kenyataan dan variabel harapan lebih dari 0,6 , maka kedua variabel dapat dikatakan “Reliabel”.

3.2 Servqual Gap 5

3.2.1 Langkah 1 : membuat rekapitulasi Hasil pengumpulan data kuesioner

Tabel 3. Hasil Rekapitulasi Kuesioner

No	Pertanyaan	Harapan				Kenyataan			
		STS	TS	S	SS	STS	TS	S	SS

No	Pertanyaan	Harapan				Kenyataan			
1	Kecepatan service advisor dalam memenuhi permintaan pelanggan	0	1	6	29	0	4	20	12
2	Service advisor mendengarkan keluhan konsumen	0	0	10	26	0	2	16	18
3	Service advisor menginformasikan saran (biaya, waktu) dengan baik	0	0	5	31	0	7	17	12
4	Mekanik sigap dalam mengerjakan perbaikan mobil	0	0	6	30	0	6	17	13
5	Pihak bengkel Carfix Majapahit dapat dipercaya	0	1	7	28	0	1	16	19
6	Saya merasa aman saat melakukan transaksi	0	0	7	29	0	2	10	24
7	Karyawan bengkel carfix selalu bersikap sopan	0	0	10	26	0	3	17	16
8	Ketepatan pihak bengkel dalam menepati janji kepada pelanggan	0	0	12	24	0	5	24	7
9	Hasil service mobil berjalan baik dan tidak ada kendala setelahnya	0	1	7	28	1	7	14	14
10	Ruang tunggu carfix nyaman	0	0	12	24	1	4	15	16
11	Karyawan bengkel carfix berpakaian rapi dan profesional	0	0	14	22	0	2	18	16
12	Fasilitas pendukung (toilet, mushola, wifi) sangat baik	0	0	6	30	1	12	14	9
13	Peralatan bengkel dan sparepart lengkap	0	0	11	25	0	5	19	12
14	Harga perbaikan atau servis terjangkau	0	0	7	29	2	7	20	7
15	Mekanik dapat diandalkan dalam menangani masalah mobil	0	0	12	24	0	5	20	11
16	Proses pengerjaan dilakukan dengan tepat waktu	0	0	9	27	1	8	19	8
17	Informasi kerusakan dan saran perbaikan dilakukan dengan baik	0	0	9	27	0	5	18	13
18	Memberikan garansi kepada konsumen setelah service selesai	0	0	7	29	0	2	17	17
9	Harga dan jasa sesuai dengan yang dijanjikan diawal	0	0	6	30	0	2	18	16
20	Kesediaan SA dalam menjalin hubungan komunikasi yang baik kepada pelanggan	0	1	10	25	0	2	18	16
21	Karyawan yang memperlakukan konsumen secara penuh perhatian	0	0	13	23	0	2	21	13
22	Karyawan yang memahami kebutuhan konsumen	0	0	9	27	0	2	20	14

Keterangan :

SS = Sangat Setuju = 4 skor (Skala likert)

S = Setuju = 3 skor (Skala likert)

TS = Tidak Setuju = 2 skor (Skala likert)

STS = Sangat Tidak Setuju = 1 skor (Skala likert)

3.2.2 Langkah 2 Membuat perhitungan pembobotan, rata-rata pembobotan, dan nilai Gap 5 per pertanyaan. Dapat dilihat pada tabel 4.

1. Nilai pembobotan

Untuk menghitung nilai pembobotan tingkat kenyataan dan harapan digunakan rumus:

Kenyataan pelayanan

$$\Sigma X_i = (1 \times \text{STS}) + (2 \times \text{TS}) + (3 \times \text{S}) + (4 \times \text{SS}) \quad (1)$$

Harapan pelayanan

$$\Sigma y_i = (1 \times \text{STS}) + (2 \times \text{TS}) + (3 \times \text{S}) + (4 \times \text{SS}) \quad (2)$$

2. Nilai rata-rata kenyataan dan harapan

Untuk menghitung nilai rata-rata jawaban menggunakan rumus :

Rata-rata kenyataan

$$X_i = \Sigma x_i / n \quad (3)$$

Rata-rata harapan

$$Y_i = \Sigma y_i / n \quad (4)$$

Keterangan:

X_i : Rata-rata jawaban kenyataan untuk variabel ke-i

Y_i : Rata-rata jawaban harapan untuk variabel ke-i

Σx_i : Jumlah bobot jawaban kenyataan untuk variabel ke-i

Σy_i : Jumlah bobot jawaban harapan untuk variabel ke-i

n : Jumlah responden

3. Nilai Gap

Nilai kesenjangan yang terjadi antara kenyataan dan harapan. Untuk mengetahui nilai gap yaitu dengan mengurangi nilai rata-rata kenyataan dan nilai rata-rata harapan.

Tabel 4. Hasil Perhitungan Gap per Variabel

Variabel	kenyataan		Harapan		Gap
	pembobotan	Rata-rata	Pembobotan	Rata-rata	
Kecepatan service advisor dalam memenuhi permintaan pelanggan	116	3,222	136	3,778	-0,556
Service advisor mendengarkan keluhan konsumen	124	3,444	134	3,772	-0,278
Service advisor menginformasikan saran (biaya, waktu) dengan baik	113	3,139	139	3,861	-0,722
Mekanik sigap dalam mengerjakan perbaikan mobil	115	3,194	138	3,833	-0,639
Pihak bengkel Carfix Majapahit dapat dipercaya	126	3,500	135	3,750	-0,250

Variabel	kenyataan		Harapan		Gap
Saya merasa aman saat melakukan transaksi	130	3,611	137	3,806	-0,194
Karyawan bengkel carfix selalu bersikap sopan	121	3,361	134	3,722	-0,361
Ketepatan pihak bengkel dalam menepati janji kepada pelanggan	110	3,056	132	3,667	-0,611
Hasil service mobil berjalan baik dan tidak ada kendala setelahnya	113	3,139	135	3,750	-0,611
Ruang tunggu carfix nyaman	118	3,278	132	3,667	-0,389
Karyawan bengkel carfix berpakaian rapi dan profesional	122	3,389	130	3,611	-0,222
Fasilitas pendukung (toilet, mushola, wifi) sangat baik	103	3,861	138	3,833	-0,972
Peralatan bengkel dan sparepart lengkap	115	3,194	133	3,694	-0,500
Harga perbaikan atau servis terjangkau	104	2,889	137	3,806	-0,917
Mekanik dapat diandalkan dalam menangani masalah mobil	114	3,167	132	3,667	-0,500
Proses pengerjaan dilakukan dengan tepat waktu	106	2,944	135	3,750	-0,806
Informasi kerusakan dan saran perbaikan dilakukan dengan baik	116	3,222	135	3,750	-0,528
Memberikan garansi kepada konsumen setelah service selesai	123	3,417	137	3,806	-0,389
Harga dan jasa sesuai dengan yang dijanjikan diawal	122	3,389	138	3,833	-0,444
Kesediaan SA dalam menjalin hubungan komunikasi yang baik kepada pelanggan	122	3,389	132	3,667	-0,278
Karyawan yang memperlakukan konsumen secara penuh perhatian	119	3,306	131	3,639	-0,333
Karyawan yang memahami kebutuhan konsumen	120	3,333	135	3,750	-0,417

4. Langkah 3 Membuat perhitungan Gap 5 berdasarkan dimensinya (daya tanggap, jaminan, bukti fisik, keandalan, empati) seperti yang ditunjukkan pada tabel 5.

1. Menghitung skor kenyataan dan skor harapan.

Skor kenyataan

$$xD = \Sigma xV_i / n \quad (5)$$

skor Harapan

$$yD = \Sigma yV_i / n \quad (6)$$

Keterangan :

xD : skor kenyataan per dimensi ke-i

ΣxV_i : jumlah nilai rata-rata variabel pertanyaan per dimensi ke-i (kenyataan)

yD : skor harapan per dimensi ke-i

ΣyV_i : jumlah nilai rata-rata variabel pertanyaan per dimensi ke-i (harapan)

n : jumlah pertanyaan per dimensi

5. Menghitung nilai Gap 5 per dimensi

Untuk menghitung nilai gap 5 per dimensi menggunakan rumus:

$$SQ_i = xD_i - yD_i \quad (7)$$

Keterangan:

SQ_i : nilai gap 5 variabel ke-i

xD_i : skor kenyataan variabel ke-i

yD_i : skor harapan variabel ke-i

Tabel 5. Nilai Gap Berdasarkan 5 Dimensi Servqual

Dimensi	Pertanyaan	Σ kenyataan	Σ harapan	Skor kenyataan	Skor harapan	Gap
Daya tanggap	Kecepatan service advisor dalam memenuhi permintaan pelanggan					
	Service advisor mendengarkan keluhan konsumen	13,00	15,194	3,250	3,799	-0,549
	Service advisor menginformasikan saran (biaya, waktu) dengan baik					
	Mekanik sigap dalam mengerjakan perbaikan mobil					
Jaminan	Pihak bengkel Carfix Majapahit dapat dipercaya					
	Saya merasa aman saat melakukan transaksi					
	Karyawan bengkel carfix selalu bersikap sopan	16,667	18,694	3,333	3,739	-0,406
	Ketepatan pihak bengkel dalam menepati janji kepada pelanggan					
Bukti fisik	Hasil service mobil berjalan baik dan tidak ada kendala setelahnya					
	Ruang tunggu carfix nyaman					
	Karyawan bengkel carfix berpakaian rapi dan profesional					
	Fasilitas pendukung (toilet, mushola, wifi) sangat baik	15,611	18,611	3,122	3,722	-0,600
Keandalan	Peralatan bengkel dan sparepart lengkap					
	Harga perbaikan atau servis terjangkau					
	Mekanik dapat diandalkan dalam menangani masalah mobil					
	Proses pengerjaan dilakukan dengan tepat waktu					
Keandalan	Informasi kerusakan dan saran perbaikan dilakukan dengan baik	16,139	18,806	3,228	3,761	-0,533
	Memberikan garansi kepada konsumen setelah service selesai					
	Harga dan jasa sesuai dengan yang dijanjikan					

Dimensi	Pertanyaan	Σ kenyataan	Σ harapan	Skor kenyataan	Skor harapan	Gap
	diawal					
empati	Kesediaan SA dalam menjalin hubungan komunikasi yang baik kepada pelanggan					
	Karyawan yang memperlakukan konsumen secara penuh perhatian	10,028	11,056	3,343	3,685	-0,343
	Karyawan yang memahami kebutuhan konsumen					

Berdasarkan tabel 5. Pada analisis gap dimensi service quality (daya tanggap, jaminan, bukti fisik, keandalan, empati). Dari dimensi tersebut daya tanggap mempunyai nilai gap terbesar yaitu sebesar -0,60 , sedangkan gap terkecil yaitu pada dimensi empati sebesar -0,343.

3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Layanan

3.3.1 Uji Asumsi Klasik

3.3.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki kontribusi normal. (Ghozali, 2001)

Tabel 6. Uji Normalitas

<i>Asym sig (2-tailed)</i>	Standar	keterangan
0,558	0,050	Berdistribusi normal

Diketahui dari tabel 6. Nilai asym lebih besar dari 0,050, maka data tersebut berdistribusi normal.

3.3.1.2 Uji Multikolineritas

Menurut (Gujarati, 1997) uji multikolineritas adalah salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya multikolineritas pada suatu model, yaitu dengan melihat nilai, VIF (Variance Inflation Factor) dan TOL (Tolerance).

Untuk mengetahui apakah ada multikolenieritas yaitu dengan melihat nilai VIF (Variant Inflation Factor), jika nilai VIF kurang dari sepuluh maka model bebas dari multikolinieritas.

Tabel 7. Uji Multikolenieritas

Model	VIF
(Constant) P	1.000

3.3.1.3 Uji Heterokesidasitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokeditas dalam model regresi linier digunakan analisa residual berupa grafik dasar pengambila keputusan.

Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya heterokesidasitas, yaitu menggunakan metode glejser. Dengan bantuan software SPSS, dapat dilihat apabila nilai sig > 0,050 maka tidak terjadi masalah heterokesidasitas dalam model linier.

Tabel 8. Uji Heterokesidasitas

Model	unstandarized	Coefficients	unstandarized	t	sig
	B	Std. error	Beta		
P	.507	.430		1.179	.247
	-.003	.006	-.077	-.449	.656

3.3.2 Uji Linear Berganda

3.3.2.1 Uji F (Uji Serempak)

Uji hipotesis dengan F. Test digunakan untuk menguji hubungan variabel bebas secara bersama-sama (simultan) dengan variabel terikat.

Tabel 9. Uji F

F Hitung	Sig	Keterangan
3,341	0,016	Secara simultan berpengaruh

Berdasarkan tabel 9. dengan hasil perhitungan yang diperoleh pada SPSS diatas, diketahui F tabel 2,53 sedangkan F hitung 3,341 dimana nilai F hitung > F tabel dengan nilai sig < 0,050. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu (daya tanggap, jaminan, bukti fisik, keandalan, empati) dalam model regresi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3.3.2.2 Uji T (Uji Parsial)

Uji hipotesis denga t-test digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas memiliki hubungan signifikan atau tidak dengan variabel terikat secara individu untuk setiap variabel. Untuk mengetahui hubungan signifikan maka dilakukan perhitungan dengan nilai sigmanya, apabila nilai sigma < 0,050 maka terdapat hubungan yang signifikan.

Tabel 10. Uji T

Unstandaried coefficients	Standaried coefficients
------------------------------	----------------------------

Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig
(constant)	1,235	0,636		1,942	0,062
X1	-0,34	0,060	-0,124	-0,564	0,577
X2	0,051	0,065	0,221	0,787	0,487
X3	0,006	0,045	0,029	0,124	0,902
X4	0,106	0,050	0,512	2,123	0,042
X5	-0,042	0,068	-0,119	-0,623	0,538

Dari tabel 10. dapat diketahui dari semua model hanya model X4 (bukti fisik) yang mempunyai nilai sigma $< 0,050$, maka model X4 berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan untuk X1,X2,X3, dan X5 tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3.3.2.3 Uji Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.

Tabel 11. Uji Determinasi

R square	keterangan
0,358	35,8% variabel X mempengaruhi variabel Y

Dari tabel 11. dapat diketahui bahwa sebesar 35,8% variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan dan juga berdasarkan tujuan dari penelitian ini, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat 22 (dua puluh dua) item variabel pertanyaan yang dapat digunakan sebagai instrumen pengukuran kualitas pelayanan pada bengkel carfix Majapahit Semarang dengan 5 dimensi metode service quality Gap 5.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode Servqual diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada bengkel Carfix Majapahit Semarang belum dapat memenuhi harapan pelanggan. Dapat dilihat pada Servqual gap 5 yaitu,
 - a. Pada gap per dimensi gap terbesar adalah dimensi bukti fisik, dengan urutan gap nya yaitu -0,60 (Bukti Fisik), -0,549 (Daya Tanggap), -0,533 (Keandalan), -0,406 (Jaminan), dan -0,343 (Empati).

- b. Pada gap per item atau variabel terdapat beberapa nilai gap yang cukup besar, tiga diantaranya adalah Variabel Fasilitas pendukung (toilet, mushola, wifi) sangat baik dengan gap -0,972, Variabel Harga perbaikan atau servis terjangkau dengan gap -0,917, dan Variabel Proses pengerjaan dilakukan dengan tepat waktu dengan gap sebesar -0,806.
3. Berdasarkan pengukuran instrumen pengaruh kualitas layanan yang ada pada bengkel carfix majapahit semarang terhadap kepuasan pelanggan, dengan melakukan uji F dan didapat hasil $\sigma < 0,050$ diketahui bahwa variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dan dari hasil Uji T (uji statistik) hanya variabel bukti fisik yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat atau dependen dengan nilai σ nya sebesar $0,042 < 0,050$, sedangkan variabel lainnya (daya tanggap, jaminan, keandalan, empati) mempunyai nilai $\sigma > 0,050$ sehingga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan.
4. Dilihat dari hasil perhitungan pada Gap analisis metode servqual, pada gap per dimensi diketahui bahwa dimensi bukti fisik mempunyai nilai gap terbesar maka diharapkan pihak perusahaan bengkel carfix majapahit melakukan upaya-upaya peningkatan kualitas layanan. Dengan itu peneliti memberikan usulan perbaikan sebagai berikut :
 - a. Melakukan peningkatan kualitas layanan yang berfokus pada perolehan gap terbesar, yaitu gap dimensi Bukti Fisik. Serta gap pada variabel yang kritis, diantaranya adalah :
 - 1) Melakukan pembenahan pada fasilitas pendukung (toilet, mushola, wifi).
 - 2) Mengevaluasi penetapan harga perbaikan mobil yang ekonomis bagi konsumen tanpa merugikan bengkel.
 - 3) Melakukan evaluasi waktu pengerjaan servis dengan melakukan standarisasi waktu pengerjaan untuk setiap proses.
 - 4) Melakukan evaluasi dan pelatihan kepada service advisor dalam menangani konsumen untuk dapat memberikan saran serta estimasi waktu dan biaya secara tepat kepada konsumen.
 - 5) Melakukan cek kondisi mobil dan memastikan tidak ada kendala sesudah selesai pengerjaan servis.
 - 6) Memperhatikan kenyamanan pada ruang tunggu bagi pelanggan.

- 7) Karyawan Bengkel Carfix Majapahit harus lebih memperhatikan dalam berpenampilan yang rapi dan bersih.
 - 8) Selalu melakukan cek rutin ketersediaan sparepart mobil.
- b. Selalu melakukan inovasi dan evaluasi terhadap kinerja Bengkel Carfix sesuai asas KAIZEN.
 - c. Melakukan standarisasi pada setiap proses pelayanan yang telah dilakukan perbaikan.

4.2 Saran

Pada penelitian selanjutnya disarankan menggunakan alat atau instrument yang lebih akurat dalam pengukuran variabel-variabelnya. Penelitian ini terdapat keterbatasan dalam pengumpulan data seperti jumlah responden yang tidak terlalu banyak dan pengisian kuesioner yang hanya dapat dilakukan secara online, pada penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbanyak jumlah responden.

Persepsi dan harapan responden pelanggan bengkel Carfix majapahit Semarang bersifat subjektif dan berada dalam keadaan yang selalu berubah. Hal tersebut terjadi karena pengalaman servis yang berubah-ubah dari situasi ke situasi yang membuat pengalaman jasa mengalami kendala standarisasi. Penelitian ini hanya dapat digeneralisasi pada periode tertentu dan tidak bisa dijadikan sebagai pembanding kualitas layanan terhadap bengkel carfix lainnya. Penelitian ini sudah dimaksimalkan untuk mengatasi kendala yang terjadi pada bengkel Carfix Majapahit pada saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Guspul. 2018. 'PENGARUH STRATEGI MARKETING PADA BAURAN PEMASARAN DAN CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK HERBALLIFE'. *JURNAL PPKMI*, 107-122.
- Akhlaghi, E., Amini, S. dan Akhlaghi, H. (2012) "Evaluating Educational Service Quality in Technical and Vocational Colleges using SERVQUAL Model," *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, hal. 5285–5289
- Alam, M. S. dan Mondal, M. (2019) "Assessment of sanitation service quality in urban slums of Khulna city based on SERVQUAL and AHP model: A case study of railway slum, Khulna, Bangladesh," *Journal of Urban Management*. Elsevier B.V., 8(1), hal.

20–27.

- Buttle, Francis. 2007. Customer Relationship Management (Manajemen. Hubungan Pelanggan). Jakarta : Bayumedia
- Cooper, D.R., dan Schindler, P.S., 2006. business Research Methods. Eight Edition. McGrawHill/Irwin, New York, NY 10020.
- Dwi Haryono Wiratno (1998), Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Servqual, Wahana, Vol. 1 No. 1, Agustus
- Ghozali, I. dan Latan, H. (2015) *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2001) *SPSS, STATISTIK, OMPUTER PENGOLAHAN DATA*. SEMARANG: UNIVERSITAS DIPONEGORO.
- Grönroos, C. (2001) “The perceived service quality concept – a mistake?,” *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(3), hal. 150–152.
- Gujarati, Damodar. 1997. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Harto, B. et al. (2015) “ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PENDEKATAN FUZZY SERVQUAL DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN (Studi Kasus Di Bengkel Resmi BAJAJ Padang),” *Jurnal TEKNOIF*, 3(Vol.3 No.1), hal. 20–30.
- Kotlet, P. dan K. L. Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigabelas Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Ocampo, L. et al. (2017) “Public service quality evaluation with SERVQUAL and AHP-TOPSIS: A case of Philippine government agencies,” *Socio-Economic Planning Sciences*. Elsevier Ltd.
- Parasuraman, A. Zeithaml, A. dan Berry, L. L. (1988) “Servqual.pdf,” *Journal of Retailing*.
- Purnamasari, Y. (2015) ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online Di Singaraja Tahun 2015’, *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*.
- Sahanggamu, S., Mananeke, L., & Sepang, J. (2015). Analisis Kualitas Layanan, Servicescape dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sinarmas Bitung. *Jurnal EMBA*.

- Statistik, B. P. (2020). *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis, 1949-2018*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik:
<https://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1133>
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2001). *Service, Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Yogyakarta : ANDI.
- Zulganef. 2006. *Pemodelan Persamaan Struktural & Aplikasinya Menggunakan Amos 5*. Bandung : Pustaka