ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALISYS* DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE*

(Studi Kasus Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor Jalan Kaliurang Yogyakarta)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 Pada Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri

Nama : Dede Yudha Patria

No. Mahasiswa : 11522434

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2018

ii

PENGAKUAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Demi Allah, saya akui bahwa tugas akhir ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan yang telah saya sertakan sumber aslinya. Jika kemudian hari terbukti bahwa pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak kekayaan inyelektual maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh pihak Universitas Islam Indonesia.

Yoyakarta, Februari 2018

Dede Yudha Patria

11522434

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

PT YAMAHA SUMBER BARU MOTOR
Jl. Kaliurang Km. 14.5 Sleman Yogyakarta
Telp (0274-513-462) Fax (0274-896448)
http://www.Sumberbaru.co.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Sleman, 19 Februari 2018

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Kami yang bertanda tangan di bawah ini Pimpinan PT. YAMAHA Sumber Baru Motor, dengan ini ingin memberitahukan bahwa nama yang berada dibawah ini telah melakukan penelitian di Bengkel YAMAHA Sumber Baru Motor.

1.	Nama Peneliti	Dede Yudha Patria
2.	NIM	11522434
3.	Tempat Penelitian	Bengkel Sumber Baru Motor. Jl. Kaliurang Km 14.5
4.	Waktu Penelitian	10 Mei – 10 Juni 2017
5.	Judul Penelitian	ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN METODE (IPA) DAN (PGCV)

Demikian surat keterangan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 19 Februari 2018

NURHADI. RS
(S.A)

iv

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALISYS* DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE*

(Studi Kasus Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor Jalan Kaliurang Yogyakarta)

Nama : **Dede Yudha Patria**

Nim : **11522434**

Yogyakarta, 28 Februari 2018
Pembimbing

Drs. Ibnu Mastur, MSIE

V

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALISYS* DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE*

TUGAS AKHIR

Oleh :

Nama : Dede Yudha Patria

No. Mahasiswa : 11 522 434

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri

Yogyakarta, 27 Januari 2018

Tim Penguji

Drs. Ibnu Mastur, MSIE

Ketua

Hudaya, Ir.,M.M.

Penguji 1

Chancard Basumerda, S.T, M.Sc.

Penguji 2

Mengetahui,
Kepala Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia

Yuli Agusti Rochman, ST.,M.Eng.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan Tugas Akhir ini kepada,

Kedua Orang Tua saya tercinta,

Ayahanda Mohamad Soleh dan Ibunda Wahyuti, S.Pd

dan seluruh keluarga besar saya

Yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi

Kakak dan adik saya,

Yus Kemal Fasha, SP, Gina Frecilia Antika SP, Gilang Permana, Bima Arief Nugraha, dan Yang Tersayang Liya Yunitasari SE.

Terima kasih atas semua motivasi, doa, dan dukungan untuk Tugas Akhir ini.

Teman - teman seperjuanganku di Teknik Industri 2011,

Yang selalu memberikan dukungan baik moril

maupun materi, kegembiraan, dan persahabatan yang saya rasakan selama masa kuliah

Terimakasih untuk semua semangat, ilmu, pengalaman, dan bantuannya yang telah

diberikan

Semoga Allah SWT menjadikan kita semua hamba yang berilmu dan beramal shaleh

Aamiin

HALAMAN MOTTO

فَإِن تَوَلَّوْا۟ فَقُلْ حَسْبِىَ ٱللَّهُ لَآ إِلَٰهَ إِلَّا هُوَ ۖ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ ۖ وَهُوَ رَبُّ ٱلْعَرْشِ ٱلْعَظِيمِ ﴿١٢٩﴾

"Cukuplah Allah bagiku, tidak ada Tuhan selain dari-Nya. Hanya kepada-Nya aku bertawakkal"

(QS. At-Taubah: 129)

وَٱسْتَعِينُوا۟ بِٱلصَّبْرِ وَٱلصَّلَوٰةِ ۚ وَإِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى ٱلْخَٰشِعِينَ ﴿٤٥﴾

"Dan mintalah pertolongan (kepada Allah) dengan jalan sabar dan mengerjakan shalat; dan sesungguhnya shalat itu amatlah berat kecuali kepada orang-orang yang khusyu'"

(Surah Al-Baqarah: 45)

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾

"Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain"

(QS. Al Insyirah: 7)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir dengan judul "ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALISYS* DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE*)" dengan baik dan sesuai dengan harapan. Sholawat dan salam pun tak lupa Penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW serta penerusnya yang telah membawa Islam kepada seluruh umat manusia di penjuru dunia.

Tugas Akhir ini dibuat dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 program studi Teknik Industri pada Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.

Selama penyusunan tugas akhir ini, Penulis banyak sekali mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Imam Djati Widodo, M.Eng.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Yuli Agusti Rochman, ST., M.Eng. selaku Ketua Prodi Teknik Industri dan pengurus Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Drs. Ibnu Mastur, MSIE selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahannya dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Sahabat-sahabat kontrakan Penulis Wildan, Farid, Fauzi, Samsul, Doni, Syigid. yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan masukan dan semangat yang tidak dapat Penulis sebutkan satu per satu.

ix

Penulis menyadari bahwa pengyususnan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna dan dengan penuh kerendahan hati penulis mohon maaf serta mengharapkan adanya kritik maupun saran yang membangun dari pembaca. Akhir kata penulis mengharapkan semoga laporan ini dapat bermanfaat bukan saja bagi penulis tetapi juga bermanfaat bagi pihak perusahaan dan memperluas pengetahuan dan wawasan pembaca, khususnya rekan–rekan mahasiswa. Selamat membaca, terima kasih.

Yogyakarta, 27 Januari 2018

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan mengetahui tingkat kepentingan (Importance) dan kepuasan (Satisfaction) pelanggan terhadap kinerja pelayanan bengkel Yamaha Sumber Baru Motor sudah sesuai dengan keinginan pelanggan dan memberikan Rekomendasi apa saja yang perlu diberikan untuk perbaikan kualitas pelayanan Bengkel Sumber Baru Motor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Importance-Performance Analysis dan Potential Gain in Customer Value untuk menentukan prioritas kriteria pelayanan yang harus ditingkatkan, Sampel dalam penelitian ini merupakan pelanggan yang melakukan servis di bengkel Yamaha Sumber Baru Motor. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah Saran perbaikan pelayanan berdasarkan tingkat prioritas pelayanan yang harus ditingkatkan. Beberapa saran perbaikan pelayanan yang dapat dilakukan adalah memberikan pelatihan kerja kepada kasir terlebih dahulu terhadap karyawan bengkel Sumber Baru Motor, sebelum langsung menempatkan kerja sebagai kasir. Karyawan kasir diberikan pelatihan tentang keuangan, melakukan pelatihan terhadap seluruh karyawan bengkel yang bertugas dalam melayani pelanggan secara langsung, misalnya adalah pelatihan mengenai pelayanan secara prima baik secara verbal maupun non verbal agar karyawan dapat merespon pelanggan dengan cepat, memberikan nomor penitipan, memberikan pendampingan bagi karyawan baru sebaiknya didampingi oleh karyawan yang sudah senior agar tercipta hasil yang diharapkan pelanggan.

Kata Kunci : IPA, Indeks PGCV, Bengkel Sumber Baru Motor

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL……..... i
PENGAKUAN KEASLIAN TUGAS AKHIR…… ii
SURAT KETERANAGAN PENELITIAN…… iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING…….. iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI……..... v
HALAMAN PERSEMBAHAN……..…. vi
HALAMAN MOTTO……..…. vii
KATA PENGANTAR..……...….. viii
ABSTRAK…….. x
DAFTAR ISI…….. xi
DAFTAR TABEL…….. xiii
DAFTAR GAMBAR……. xiv

BAB I PENDAHULUAN…….. 1
1.1 Latar Belakang…….. 1
1.2 Rumusan Masalah……. 3
1.3 Batasan Masalah…….. 3
1.4 Tujuan Penelitian……. 3
1.5 Manfaat Penelitian……. 4
1.6 Sistematika Penulisan…… 4

BAB II LANDASAN TEORI……...… 6
2.1 Kajian Teoritis…….……. 6
2.1.1 Kualitas Pelayanan…….. 6
2.1.2 Kepuasan Pelanggan…… 8
2.1.3 Target Pengukuran Kepuasan……. 10
2.1.4 Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan…… 11
2.1.5 *Importance Performance Alnalysis* (IPA)…….. 14
2.1.6 *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)…… 18
2.2 Kajian Empiris…….……. 20
2.2.1 Kajian Terdahulu……. 20

BAB III METODA PENELITIAN…….…. 24
3.1 Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian…… 24
3.2 Metode Sampling…….. 24
3.3 Jenis dan Sumber Data……..... 24
3.3.1 Jenis Data……. 24
3.3.2 Sumber Data…… 25
3.4 Metode Pengumpulan Data…….…….. 25
3.5 Metode Analisa Data…… 27
3.5.1 Uji Validitas……. 27
3.5.1 Uji Reliabilitas……. 28
3.6 Alur Penelitian…….. 28

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA……... 32
4.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas……..…… 32
4.1.1 Uji Analisis Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan…….. 32
4.1.2 Uji Analisis Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Kepuasan……... 36

BAB V PEMBAHASAN……... 41
5.1 Analisis Deskriptif Variabel……. 41
5.1.1 Deskriptif Tingkat Kepentingan…… 42
5.1.2 Deskriptif tingkat Kepuasan……. 44
5.2 Analisis *Importance Performance Analysis*…… 46
5.2.1 Kuadran I (Prioritas Utama)……. 49
5.2.2 Kuadran II (Prioritas Prestasi)…….. 50
5.2.3 Kuadran II (Prioritas Prestasi)……. 51
5.2.4 Kuadran IV (Berlebihan)……. 52
5.3 Analisis *Potential Gain in Customer Value*…… 52
5.4 Analisis Pembahasan…….…….. 55
5.4.1 Analisis Berdasarkan Kuadran I IPA…….…….. 55
5.4.2 Analisis Berdasarkan Kuadran III IPA…….…… 58
5.5 Langkah Perbaikan Kualitas Layanan…….. 61
5.5.1 Langkah-langkah Perbaikan Prioritas I (Kuadran I IPA)…..……. 61
5.5.2 Langkah-langkah Perbaikan Prioritas II (Kuadran III IPA)……. 63

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN……...…… 66
6.1 Kesimpulan…… 66
6.2 Saran…….……. 69

DAFTAR PUSTAKA……...……. 70
LAMPIRAN …….. 72

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Uji Validitas Tangibel Tingkat Kepentingan…….. 32
Tabel 4.2 Uji Validitas Assurance Tingkat Kepentingan …….…… ……. 33
Tabel 4.3 Uji Validitas Reliability Tingkat Kepentingan ……... 33
Tabel 4.4 Uji Validitas Responsive Tingkat Kepentingan ……. 34
Tabel 4.5 Uji Validitas Emphaty Tingkat Kepentingan …….. ….. 35
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan…….. ... 36
Tabel 4.7 Uji Validitas Tangibel Tingkat Kepuasan…….…….. 37
Tabel 4.8 Uji Validitas Assurance Tingkat Kepuasan……..... 37
Tabel 4.9 Uji Validitas Reliability Tingkat Kepuasan……..... 38
Tabel 4.10 Uji Validitas Responsive Tingkat Kepuasan …….…..…… 39
Tabel 4.11 Uji Validitas Emphaty Tingkat Kepuasan…….…..…. 39
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan…….…….……..…… 40
Tabel 5.1 Deskriptif Statistik….. ……...……... 41
Tabel 5.2 Variabel Tangible Tingkat Kepentingan …… 42
Tabel 5.3 Variabel Assurance Tingkat Kepentingan ……..…….. 42
Tabel 5.4 Variabel Reliability Tingkat Kepentingan ……..…….. 43
Tabel 5.5 Variabel Responsive Tingkat Kepentingan …….……. 43
Tabel 5.6 Variabel Emphaty Tingkat Kepentingan …….……. 43
Tabel 5.7 Variabel Tangible Tingkat Kepuasan ……..……. 44
Tabel 5.8 Variabel Assurance Tingkat Kepuasan …….. 45
Tabel 5.9 Variabel Reliability Tingkat Kepuasan ……...…….. 45
Tabel 5.10 Variabel Responsive Tingkat Kepuasan ……...……... 45
Tabel 5.11 Variabel Emphaty Tingkat Kepuasan …….. 46
Tabel 5.12 Tingkat Kesesuaian ……..…… 47
Tabel 5.13 Indeks PGCV. ……. 53
Tabel 5.14 Urutan Prioritas Indeks PGCV ……..…….. 54
Tabel 5.15 Analisis Pembahasan Kuadran I …….……. 55
Tabel 5.16 Analisis Pembahasan Kuadran III ……..…...…….. 59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Kartesius…….. ……... 17
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian …… 29
Gambar 5.1 Hasil Diagram Kartesius …… 48

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis.Pasar menjadi semakin luas dan peluang ada dimana-mana, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan.

Persaingan yang semakin ketat terjadi di dalam dunia otomotif khususnya produk sepeda motor karena produk ini merupakan alat transportasi darat yang paling dominan banyak dimiliki dan dibutuhkan oleh masyarakat. Memang tidak mudah menjadi yang terbaik, selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak, apalagi di Indonesia yang terdiri dari banyak pulau, sehingga memiliki ragam pola perilaku yang berbeda pula.

Setiap perusahaan selalu menjunjung tinggi kepuasan pelanggan dalam setiap aktivitas operasionalnya. Perusahaan penyedia barang dan jasa selalu berupaya agar produk yang dihasilkan dapat terjual dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggannya. Maka dari itu perusahaan tersebut harus mampu melakukan upaya-upaya untuk mengendalikan dan meningkatkan kualitasnya agar dapat bertahan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Menurut Kotler dan Keller (2008) pemasar harus berupaya memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan dasar manusia.

Kepadatan aktivitas dijalan menuntut kenyamanan dalam berkendara. Untuk itu kendaraan yang dipakai harus selalu dalam keadaan baik sehingga jasa bengkel motor sangat dibutuhkan. Bengkel motor adalah usaha yang didirikan dengan tujuan menerima jasa perawatan dan perbaikan kendaran roda dua atau umumnya disebut sepeda motor (Effendi Budi Prayitno 2009).

Bengkel sepeda motor atau *service* motor di daerah Yogyakarta semakin ketat persaingannya, persaingan yang semakin ketat tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya tempat bengkel sepeda motor yang bermunculan di Yogyakarta. Bengkel sepeda motor di Yogyakarta berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang baik untuk para pelanggannya. Bengkel sepeda motor selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga mampu bersaing dengan bengkel lain yang juga bergerak di bidang servis motor. Upaya untuk menimbulkan kepuasan pelanggan dapat dicapai dengan memberikan jasa pelayanan yang berkualitas tinggi, hantaran yang cepat, pengerjaan yang singkat, pengedalian persediaan yang optimal, staf yang bermutu, staf yang termotivasi serta rencana bengkel untuk bekerja pada kapasitas yang efisiensi.Upaya tersebut menuntut kepada pihak pemilik atau pengelola bengkel sepeda motor untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding bengkel-bengkel lainnya.

Bengkel sepeda motor Yamaha Sumber Baru Motor dapat dikatakan bengkel yang pengunjungnya ramai setiaphari karena lokasinya yang strategis. Suasana bengkel yang nyaman dengan ciri khas yang dimilikinya. Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya. Berdasarkan hasil review kepada 50 responden yang pernah melakukan servis dibengkel Yamaha Sumber Baru Motor, sebagian besar merasa puas dengan pelayanan bengkel tersebut. Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor berharap bahwa 100% konsumen merasa puas terhadap kualitas pelayanan di bengkel tersebut namun kenyataannya ada 10 responden tidak merasa puas dan 7 lainnya kurang puas terhada kualitas pelayanan di benkel tersebut. Berdasarkan hasil review tersebut maka perlu dilakukan usaha untuk meningkatkan performa untuk mengurangi dan menghilangkan pendapat konsumen yang tidak merasa puas terhadap kualitas pelayanan di bengkel tersebut.

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti merasa penting adanya penelitian tentang kesesuaian antara tingkat kepentingan atribut-atribut pelayanan menurut konsumen dengan tingkat kinerja yang telah diberikan oleh Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor, tingkat kepuasan konsumen terhadap

kualitas pelayanan pada Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor, dan memberikan rekomendasi alternatif terhadap perbaikan pelayanan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah tingkat kepentingan *(Importance)* dan kepuasan *(Satisfaction)* pelanggan terhadap kinerja pelayanan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor sudah sesuai dengan keinginan pelanggan?
2. Rekomendasi apa saja yang perlu diberikan untuk perbaikan kualitas pelayanan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan lebih terarah, sesuai dengan rumusan masalah maka perlu adanya batasan masalah antara lain:

1. Penelitian hanya membahas mengenai kualitas layanan perawatan berkala pada kendaraan sepeda motor.
2. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar kuisioner secara acak kepada pelanggan yang melakukan servis sepeda motor di Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor.
3. Kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner tertutup. Dengan demikian untuk setiap pertanyaan disediakan alternatif jawaban yang memungkinkan responden untuk memilih jawaban yang sesuai dengan pendapatnya.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui Apakah tingkat kepentingan *(Importance)* dan kepuasan *(Satisfaction)* pelanggan terhadap kinerja pelayanan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor sudah sesuai dengan keinginan pelanggan.

2. Memberikan Rekomendasi apa saja yang perlu diberikan untuk perbaikan kualitas pelayanan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor.

3. **Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang ingin dicapai oleh penulis diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

   Digunakan sebagai masukan dan manjadi sumber informasi bagi perusahaan untuk mengetahui harapan konsumen pada kualitas keseluruhan dari produk dan jasa yang ditawarkan sehingga perusahaan dapat menjaga mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan.

2. Bagi Peneliti

   Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh kualitas pelayanan servis motor terhadap kepuasan pelanggan dan dapat mempraktekkan teori yang selama ini penulis dapatkan di bangku kuliah pada keadaan yang sebenarnya pada perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

   Penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa, serta juga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk pihak yang ingin mendirikan suatu bisnis atau usaha dalam mengetahui strategi untuk memberikan kepuasan pada pelanggan.

4. **Sistematika Penelitian**

Untuk memudahkan penulisan, pembahasan dan penilaian tugas akhir ini,maka dalam pembuatannya akan dibagi menjadi beberapa bab dengansistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan pengantar dari penulisan Laporan menuju pada pembahasan yang lebih lanjut. Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian,

manfaat penelitian, batasan masalah, posisi penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Merupakan uraian tinjauan-tinjauan kepustakaan antara lain: Penelitian-penelitian terdahulu, kepuasan pelanggan, target kepuasan pelanggan, model pengukuran kepuasan pelanggan, kuisoner, model sampling, uji validitas, uji relibilitas, metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai objek penelitian, jenis-jenis data yang digunakan, metode pengumpulan data, pengolahan data dan kerangka penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Merupakan uraian tentang menyajikan teknik pengumpulan data yang diperlukan dan teknik pengolahan data yang digunakan dalam pemecahan masalah, yang akan membahas mengenai pengolahan data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

BAB V PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan tentang hasil-hasil analisa dari pengolahan data-data yang diperoleh di tempat penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan uraian tentang kesimpulan dan saran yang diberikan berdasarkan hasilpenelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2002:59). Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) (Usmara, 2003:231). Ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu kualitas pelayanan yang diharapkan dan kualitas pelayanan yang diterima atau dirasakan. Kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai hal yang ideal jika pelayanan yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan. Sebaliknya kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan.

Kualitas suatu barang umumnya cenderung dilihat oleh masyarakat dari kesesuaian barang baik itu manfaat, daya tahan dan faktor lain, dengan spesifikasi banrang yang ditawarkan oleh suatu perusahaan (Tjiptono, 2002:130). Ukuran kualitas sangat bervariasi dan cenderung berubah sepanjang waktu. Bahkan setiap orang kadang memiliki persepsi sendiri mengenai kualitan suatu produk (Tjiptono, 2002:148).

Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati pelayanan perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya mennentukan kualitas jasa (Kotler, 1994 dalam Tjiptono, 2002:148).Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia pelayanan, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan.

Alat yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu *servqual*, yang mana konsepnya yaitu :

Kualitas pelayanan = *performance – expectation*

Selanjutnya yaitu kualitas pelayanan yang dipersepsikan merupakan selisih antara persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan harapan terhadap kinerja. Kualitas pelayanan dikatakan baik apabila jasa yang diterima seperti yang diharapkan atau melebihinya. Sebaliknya, kualitas pelayanan akan dikatakan kurang baik jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari apa yang dibayangkan dan diharapkan. Hal ini karena kualitas pelayanan dipengaruhi oleh *expected service* (kepentingan yang diharapkan) dan *perceived service* (kinerja yang dirasakan) (Pasuraman dkk.,1995 dalam Tjiptono, 2002:143).

Lima dimensi kualitas pelayanan terdiri dari :

a. Kehandalan (*reliability*) yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
b. Responsif (*responsiveness*) yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas kemampuan membantu pelanggan dan memberikan layanan jasa dengan cepat.
c. Keyakinan (*assurance*) yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas pengetahuan dan kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
d. Empati (*emphaty*) yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.
e. Berwujud (*tangible*) yaitu kesesuaian antara harapan dan penerimaan atas penampilan fisik, peralatan, personil dan media komunikasi.

2.1.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut Tse and Wilton (dalam Oldy Ardhana 2010) dinyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual layanan setelah memakainya. Bila pelanggan merasa puas maka akan memberikan dorongan yang besar untuk melakukan pembelian ulang begitu pula sebaliknya.

Spreng, Mackenzie and Olshavsky (dalam Oldy Ardhana 2010) memperluas model tentang kepuasan, yaitu pernyataan afektif tentang reaksi emosional terhadap pengalaman produk atau jasa yang dipengaruhi oleh afeksi pelanggan oleh produk-produk tersebut. Shemwell Yavas and Bilgin (dalam Hendi Muhammad 2009) secara tegas membedakan antara *service quality* dan *customersatisfaction*, *service quality* merupakan bagian dari proses kognitif, sedangkan *consumer satisfaction* merupakan bagian dari proses afektif.

Kepuasan pelanggan haruslah diletakkan menjadi salah satu faktor terpenting dan menjadi muara kecil dalam segala aktifitas pemasaran pada setiap perusahaan yang berorientasi kepada pasar (Jay Kandampullly & Dwi Suhartanto, dalam Jumidah Maming 2011). Pada awal tahun 90-an pengertian kepuasan pelanggan diartikan sebagai penilaian pelanggan terhadap pengalamannya dan reaksinya pada setiap transaksi yang dilakukan untuk pembelian produk, jasa dan pelayan, setelah berkembang pada tahun 1995. Pengertian kepuasan keseluruhan dari pengharapan dan pengalaman yang diterimanya (Fornell et al 1996 dalam Jumidah Maming 2011). Sedangkan Westbrook, Robert A dan Richard L. Oliver,l981 (dalam Jumidah Maming 2011), menjelaskan dalam penelitiannya tentang indikator-indikator yang membentuk kepuasan pelanggan, yaitu ; tingkat harga yang kompetitif, utilisasi produk, pengalaman yang positif dalam bidang kepuasan konsumen (Olshavsky dan Spreng,1989, Westbrook Can Reilly, dalam Jumidah Maming 2011). Secara ringkas, menyatakan bahwa kepuasan keseluruhan yang ditentukan sebagai keadaan yang efektif yaitu reaksi emosional terhadap suatu produk atau jasa diperingaruhi oleh kepuasan konsumen dengan

produk itu sendiri (*attribute satisfaction*) dan dengan informasi yang dipergunakan dalam pemilihan produk.

Ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap efek utama dan peningkatan kepuasan seharusnya mengurangi keluhan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosi, harga dan biaya (Pasuraman dkk, dalam Anipiyani 2005). Pelanggan yang loyal belum tentu berarti puas. Sebaliknya pelanggan yang puas cenderung untuk menjadi pelanggan yang loyal (Fandy Tjiptono, dalam Anipiyani 2005). Menurut Tse and Wilton (dalam Oldy Ardhana 2010) dinyatakan bahwa kepuasaan atau ketidakpuasaan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah memakainya. Bila pelanggan merasa puas maka akan memberikan dorongan yang besar untuk melakukan pembelian ulang begitu pula sebaliknya.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Model dikonfirmasikan harapan yang dikembangkan oleh Oliver 1993 (dalam Anipiyani 2005) menyatakan bahwa kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidaksesuaian harapan, yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Berdasarkan hal-hal diatas maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa kepuasan dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu:

a. kepuasan terhadap kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan.
b. kepuasan terhadap kemauan membantu pelanggan.
c. kepuasan terhadap pengetahuan dan kesopanan.
d. kepuasan terhadap kepedulian pada pelanggan dan
e. kepuasan terhadap penampilan fasilitas fisik.

Cronin and Taylor (dalam Iwan Kurniawan 2008) dalam penelitiannya berhasil membuktikan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya

pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk yang pernah dirasakannya. Secara langsung penilaian tersebut akan mempengaruhi pandangan dan penilaian pelanggan terhadap perusahaan kompetitor.

2.1.3. Target Pengukuran Kepuasan

Menentukan aspek *apa yang diukur* tidak satupun ukuran tunggal terbaik mengenai kepuasan pelanggan yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, di tengah beragamnya cara mengukur kepuasan pelanggan, terdapat kesamaan paling tidak dalam enam konsep inti (Tjiptono,2005):

a. Kepuasan pelanggan keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

   Cara paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu. Ada 2 bagian dalam proses pengukurannya yaitu:

   1) Mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa perusahaan bersangkutan.
   2) Menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk atau jasa para pesaing.

b. Dimensi kepuasan pelanggan (*performance perseption*)

   Merupakan pengukuran untuk mengetahui cara petugas menyampaikan pelayanan kepada pelanggan.

c. Konfirmasi harapan (*Confirmation/Disconfirmation of Expectation*)

   Dalam konsep ini kepuasan tidak diukur langsung, tetapi disimpulkan berdasar kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual perusahaan. Persepsi sangat dipengaruhi oleh harapan pasien akan atribut. Dua pengukuran dilakukan saat klien mau masuk rumah sakit (harapan terhadap atribut) dan saat klien pulang (kenyataan yang diterima) *(Problem Analysis Technique)* akan menghasilkan informasi tentang tingkat kesesuaian

atau mutu pelayanan. Biasanya diukur dengan menggunakan metode kesenjangan.

d. Minat pembelian ulang (*Repurchase Intent*)

   Kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan berbelanja atau mau menggunakan jasa perusahaan tersebut lagi

   .

e. Kesediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

   Kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakahpelanggan merekomendasikan produk tersebut kepada keluarga atau teman. Ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfaction*) Aspek-aspek yang digunakan untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan adalah dengan banyaknya terjadi komplain, pengembalian produk, biaya garansi, *recall, word of mount* yang negatif dan *defections*.

2.1.4. Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler, dkk (1996) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (customer-oriented) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah di jangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telpon khusus bebas pulsa dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mangatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau

ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut lagi. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari pelanggan juga sulit untuk diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan imbal balik dan tindak lanjut yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah berpikir (menyumbangkan ide) kepada perusahaan.

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan penemuan-penemuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli produk produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung menjadi ghost shopper untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para pelanggannya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian (misal dengan cara menelepon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan). Bila mereka tahu sedang dinilai, tentu saja perilaku mereka akan menjadi sangat manis dan hasil penilaian akan menjadi bias.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, di mana peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survai, baik dengan survai melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survai perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (feedback) secara langsung dari pelanggannya dan juga memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapkan "Seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Service Yamaha Sumber Baru Motor pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas" (*directly reported satisfaction*)
b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan (*derived dissatisfaction*)
c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan (*problem analysis*)
d. Responden dapat diminta untuk me-ranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen (*importance/performance ratings*).

Selain empat hal di atas, Suprianto & Ernawaty (2010) menambahkan yang ke: Metode yang berhubungan dengan hasil, yaitu:

a. Penilaian pangsa pasar (*Model Markov*)
b. Pangsa pasar adalah persentase dari pasar (orang yang butuh pelayanan) memberikan informasi tentang posisi dan segmen pasar (position-segmentation and targeting). Informasi ini penting dalam penyusunan strategi pelayanan dan pemasaran.
c. Kunjungan ulang (*user, use, usage*)
d. *User* adalah pelanggan. *Use* adalah jenis pelayanan yang dimanfaatkan oleh *user*, sementara *usage* adalah frekuensi penggunaan dari pelanggan.

2.1.5. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Analisis *Importance-performance* atau *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (dalam Anipiyani 2005). IPA sebagai rangka kerja yang sederhana untuk menganalisis atribut-atributproduk. Suatu rangkaian atribut layanan yang berkaitan dengan layanankhusus dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut konsumen dan bagaimana layanan dipersepsikan kinerjanya relatif terhadap masing-masing atribut. Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian komsumen terhadap kepentingan terhadap kualitas layanan (*Importance*) dengan tingkat kualitas layanan (*Performance*) dimensi kualitas layanan yang digunakan adalah lima dimensi kualitas layanan yang kembangkan oleh parasuraman dan kawan-kawan. (Nursya'bani, 2006)

IPA merupakan alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan sampai sejauh mana antara kinerja/pelayanan yang dapat dirasakan oleh pengguna jasa dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan/kinerja terhadap jawaban responden, digunakan skala 5 tingkat (Skala *Likert*).

Dari hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja, maka akan diperoleh suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh penyelenggara/operator penyedia jasa pelayanan. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan antara skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan skala perioritas yang akan dipakai dalam penanganan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna jasa transportasi di perkotaan.

a. Tingkat Kepentingan (*Importance*)

Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kepentingan kualitas pelayanan terhadap kepuasan, digunakan skala likert dengan nilai 1-5

1 : Sangat Tidak Penting

2 : Tidak Penting

3 : Cukup Penting

4 : Penting

5 : Sangat Penting

b. Tingkat kinerja (*Performance*)

Sebagai pedoman bagi komsumen untuk menilai tingkat kinerja pelayanan terhadap kepuasan, juga digunakan skala likert dengan nilai 1-5

1 : Sangat Tidak Puas

2 : Tidak Puas

3 : Cukup Puas

4 : Puas

5 : Sangat Puas

Analisis diawali dengan sebuah kuisioner yang disebarkan kepada pelanggan, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skali Likert, yaitu apakah menurut pelanggan hal tersebut penting dilakukan atau dilaksanakan dan bagaiman kinerjanya, puas atau tidak puas.

Dalam menjawab sampai sejauh mana tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan, maka jasa dapat menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya, perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada halhal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan.

Dari hasil penilaian terhadap tingkat kepentingan dan hasil penilaian dari kinerja maka akan dapat dilihat suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja perusahaan. Untuk tingkat kesesuaian mempunyai arti yaitu hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas

peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada penelitian ini terdiri dari 2 buah variable yang mewakili oleh huruf *X* dan *Y*, dimana *X* merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, sedangkan *Y* merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Rumus yang digunakan adalah :

$$T_{ki} = \frac{\overline{Xi}}{\overline{Yi}} \times 100\% \quad (1)$$

Dengan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

$\overline{Xi}$= Skor rata-rata penilaian kinerja

$\overline{Yi}$ = Skor rata-rata penilaian kepentingan

Selanjutnya sumbu mendatar (*X*) akan diisi oleh skor tingkat kinerja bengkel Yamaha Sumber Baru Motor, sedangkan sumbu (*Y*) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan dengan menggunakan rumus :

$$\overline{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad (2)$$

$$\overline{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \quad (3)$$

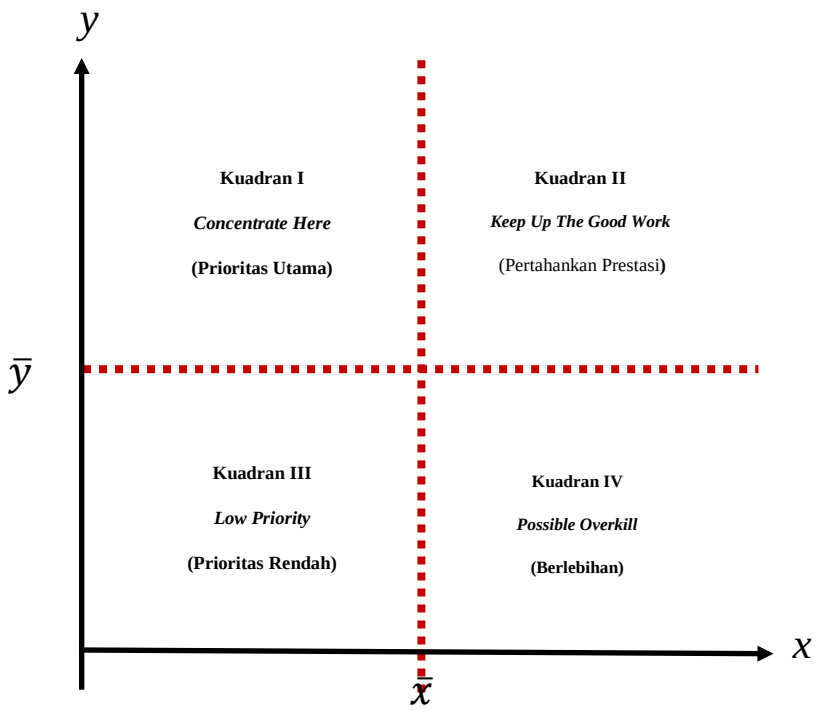
Dengan :

$\overline{X}$ = Skor rata-rata tingkat kinerja

$\overline{Y}$= Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Diagram Kartesius merupakan suatu bangunan atas empat bagian yang batasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titk (*X*, *Y*). Dimana *X* merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen dari sebuah faktor atribut dan *Y* adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penjelasannya secara singkat dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Diagram Kartesius

a. Kuadran I

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atibut produk berada pada tingkat tinggi, tetapi jika di lihat dari kepuasannya, konsumen merasakan tingkat yang rendah, sehingga konsumen menuntut adanya perbaikan atribut tersebut. Perusahaan hendaknya melakukan usaha untuk menigkatkan kepuasan konsumen yang berarti pula bahwa atribut-atribut ini perlu di-manage agar kepuasan konsumen dapat diraih.

b. Kuadran II

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk berada pada tingkat tinggi, dan dilihat dari kepuasannya, konsumen merasakan tingkat yang tinggi juga. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat mempertahankan posisinya, karena atribut-atribut inilah yang telah menarik komsumen.

c. Kuadran III

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasan konsumen cukup baik. Namun, konsumen mengabaikan atribut-atribut yang terletak pada posisi ini.

d. Kuadran IV

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut produk kurang dianggap penting, tetapi jika dilihat dari tingkat kepuasanya, konsumen merasa sangat puas.

2.1.6. *Pontential Gain in Customer Value* (PGCV)

Alat pengukur kepuasan pelanggan secara kuantitatif sangat dibutuhkan dalam rangka survey kepuasan pelanggan. Menurut Hom (1997) Indeks *Potential Gain in CustomerValue* (PGCV) adalah sebuah peralatan yang sering digunakan dalam metode analisa pemasaran. Indeks PGCV dapat menyediakan masukan kuantitatif untuk spektrum yang luas dari sebuah analisis strategis.

Dalam analisa PGCV juga melibatkan tingkat performansi (*Performance*) dan kepentingan (*importance*), dapatnya pihak manajemen juga dapat membangun suatu survey yang dapat mengukur dua hal yang
penting yaitu:

a. Persepsi konsumen dari tingkat kepentingan dari suatu pelayanan.
b. Persepsi konsumen atas tingkat kepuasan dari suatu pelayanan.

Setelah melakukan pemetaan grafik *Importance dan Performance* dari setiap kriteria variabel, maka selanjutnya adalah melakukan perhitungan indeks

PGCV. Indeks PGCV dari setiap variabel / dimensi pelayanan tergantung dari dua faktor yaitu *AchieveCustomer Value* (*ACV*) yang merupakan suatu nilai yang dapat diperoleh dengan mengalikan nilai tingkat kepentingan dengan nilai tingkat performansi yang diperoleh dari suatu survey dan *Ulthimathy Desire Customer Value* (*UDCV*) yaitu suatu nilai yang diperoleh dengan mengalikan nilai tingkat performansi yang tertinggi yang paling mungkin dari skala penelitian yang dibuat (Hom, 1997).

Langkah-langkah menghitung PGCV adalah sebagai berikut.

a. *Achieve Customer Value* (ACV) dapat dituliskan sebagai berikut:

$$ACV = \overline{X} x \overline{Y} \qquad (4)$$

Keterangan:

$\overline{X}$ = Skor rata-rata tingkat kinerja(*performance*).

$\overline{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan(*importance*).

b. *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV) dapatdituliskan sebagai berikut:

$$UDCV = \overline{Y} x\ Xmax \qquad (5)$$

Keterangan:

$\overline{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan(*importance*).

Xmax = Nilai tingkat kinerja(*performance*) maksimal dengan skala likert pada kuesioner, pada penelitian ini nilai maksimal adalah 5.

c. Indeks *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\text{Indeks PGCV} = \text{UDCV} - \text{ACV} \qquad (6)$$

Urutan prioritas perbaikan melalui indeks PGCV adalah dimulai dari indeks yang paling tinggi ke indeks yang paling rendah. Setelah dihasilkan urutan prioritas dari kedua metode tersebut, maka selanjutnya dilakukan analisis gabungan antara kedua metode dengan cara mengambil prioritas utama. Dilakukan uji korelasi terhadap atribut pelayanan tersebut untuk melihat bagaimana hubungannya terhadap penurunan penjualan perusahaan. Adapun rumus perhitungan koefisien korelasi yang mengacu pada rumus Karl Pearson adalah sebagai berikut.

$$r = \frac{N(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i Y_i)}{\sqrt{[N\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][N\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}} \quad (7)$$

Apabila hasil korelasi cukup baik (mendekati 1 atau -1), maka akan dilanjutkan analisis untuk merancang perbaikan pelayanannya. Analisis yang digunakan adalah menggunakan fishbone diagram.

2.2. Kajian Empiris

2.2.1. Kajian Terdahulu

Penelitian tentang usulan peningkatkan kualitas pelayanan ini telah banyak dilakukan sebelumnya. Berbagai motode digunakan untuk mengidentifikasi tentang peningkatkan kualitas pelayanan supaya dapat mengetahui jenis pelayanan apa yang diinginkan oleh konsumen dan dapat memperbaiki pelayanan dari suatu perusahaan.Berikut hasil penelitian yang telah dilakukan.

Ardiana Kurniasari dan Cholichul Hadi (2012) melakukan penelitian dengan judul Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa oleh Konsumen Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda AHASS UD.Ramayana Motor Surabaya.Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi terbaik dalam penilaian kualitas pelayanan jasa oleh konsumen bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS) UD. Ramayana Motor Surabaya. Alat pengumpul data menggunakan kuisioner, berupa skala SERVQUAL yang terdiri dari 5 dimensi, yaitu 1) reliabilitas, 2) daya tanggap, 3) jaminan, 4) empati, 5) bukti fisik. Reliabilitas skala ini (r) adalah 0,613.Populasi subjek penelitian ini adalah konsumen AHASS UD.Ramayana Motor Surabaya

pada bulan Mei sebanyak 447 orang. Sampel penelitian berjumlah 195 orang (N=195; laki-laki=57,4 %, perempuan=42,6%). Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling.Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskripsi dan skor SERVQUAL. Hasil analisis data penelitian ini diketahui bahwa dimensi terbaik kualitas pelayanan jasa yang terdapat pada bengkel resmi sepeda motor honda (AHASS) UD. Ramayana Motor Surabaya menurut konsumen adalah jaminan.

Anwar Yunus dan Abdul Djalal (2013) melakukan penelitian berjudul Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perawatan Berkala Sepeda Motor dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis dan Potential Gain in Customer Value* di Bengkel Servis Yamaha Intan Motor Kroya. Pada penelitian ini diketahui urutan prioritas perbaikan atribut yang harus dilakukan Yamaha Intan Motor. Perhitungan IPA dan PGCV menghasilkan hasil yang sama yaitu ada tiga atribut yang perlu mendapat perbaikan, yaitu memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai seperti TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah yang memiliki tingkat kesesuaian 71,67% dan indeks PGCV sebesar 7,99; memiliki tempat parkir yang luas dengan tingkat kesesuaian 73,30% dan indeks PGCV sebesar 8,15; serta memiliki rak untuk menyimpan helm dan barang konsumen yang memiliki tingkat kesesuaian 73,53% dan indeks PGCV sebesar 7,97.

David Linus, Tuti Sarma Sinaga, dan Sugiharto Pujangkoro (2013) melakukan penelitian dengan judul Perancangan Perbaikan Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Analisis *Importance Performance* dan*Potential Gain in Customer Value*. Kualitas pelayanan merupakan faktor utama perusahaan pemberi jasa dalam menghadapi persaingan pasar, oleh sebab itu salah satu perusahaan pendistribusian produk konveksi, PT XYZ merasa perlu memperbaiki pelayanannya karena cenderung terjadinya penurunan tingkat penjualan. Kondisi ini perlu diperbaiki dengan mengukur bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan, sehingga dapat dirumuskan strategi pemasaran perusahaan di masa yang akan datang. Analisis kepuasan pelanggan ini dilakukan dengan dua metode yaitu metode Analisis Importance Performance (AIP) dan

Potential Gain Customer Value (PGCV).Metode ini dimulai dengan penyusunan kuesioner dan disebarkan kepada para pelanggan, dimana di dalam kuesioner tersebut dimasukkan atribut-atribut pelayanan menurut Philip Kotler. Hasil dari Metode Importance Performance menunjukkan adanya dua prioritas atribut perbaikan yaitu ketepatan waktu dalam mengirim produk (P1) dan lead time pengiriman produk (P2), sedangkan dengan metode PGCV dihasilkan tiga prioritas atribut perbaikan yaitu lead time pengiriman produk (P2), standar prosedur pelayanan perusahaan (P6), dan sistem pembelian credit dan cash and carry (P6). Kedua metode ini menghasilkan satu atribut yang sama yaitu perbaikan pada atribut P2 (lead time pengiriman produk), oleh sebab itu dilakukan uji korelasi untuk melihat pengaruh lead time pengiriman produk yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan terhadap jumlah permintaan. Hasil uji korelasi antara atribut P2 terhadap total permintaan pelanggan adalah sebesar -0.79. Hasil ini membuktikan bahwa lead time pengiriman produk memiliki efek yang cukup kuat terhadap jumlah permintaan pelanggan. Hasil dari analisis fishbone diagram adalah perlu dilakukannya produksi di Medan serta pelatihan terhadap karyawan yang dilaksanakan setiap tiga bulan.

Naufal Nusaputra, Mochamad Choiri, dan L. Tri Wijaya Nata Kusuma (2014) melakukan penelitian dengan judul Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel dengan Metode Servqual, IPa, dan Indeks PGCV.Berdasarkan hasil dari kuesioner terbuka yang diberikan kepada pelanggan Divisi Bengkel PT. Astra International Tbk-Daihatsu Branch Office Malang, masih terdapat keluhan-keluhan terkait dengan pelayanan yang diberikan pihak bengkel.Salah satu keluhannya adalah waktu untuk mendapatkan pelayanan dari Service Advisor yang cukup lama.Adanya keluhan tersebut menandakan ketidakpuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan pihak bengkel.Selain itu pihak bengkel juga belum melakukan pengukuran terkait dengan kepuasan pelanggan yang mewakili sepenuhnya keluhan pelanggan divisi bengkel serta belum adanya pertimbangan prioritas usulan perbaikan kualitas yang dilakukan pihak bengkel.Oleh karena itu, perlu dilakukan suatu analisis dan perbaikan kualitas pelayanan yang terarah agar pelayanan yang diberikan pihak bengkel dapat maksimal.Metode yang digunakan

adalah Gap skor Servqual untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan berdasarkan tingkat ekspektasi dan performansi.Kemudia metode Importance-performance Analysis dan Potential Gain in Customer Value untuk menentukan prioritas kriteria pelayanan yang harus ditingkatkan.Hasil dari penelitian ini adalah Saran perbaikan pelayanan berdasrkan tingkat prioritas pelayanan yang harus ditingkatkan. Beberapa saran perbaikan pelayanan yang dapat dilakukan adalah memaksimalkan layanan Daihatsu Mobile Service dengan menambah anggota tim, pemberian reward pada teknisi dan karyawan dengan kinerja terbaik, menambah jumlah Service Advisor menjadi 5 orang, memberikan pelatihan pada Service Advisor, Customer Service, dan karyawan untuk meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan, dan sebagainya.

Ronald Sukwadi dan Jufira (2015) melakukan penelitian dengan judul Penentuan Priorotas Perbaikan Kualitas Layanan Trans Jakarta dengan Menggunakan Metode IPA-FGCV di Trans Jakarta. Pada penelitian ini terindentifikasi terdapat 8 atribut layanan atribut kritis (pada kuadran pertama diagram IPA). Semakin besar nilai indeks PGCV maka akan menjadi prioritas perbaikan. Adapun urutan perbaikannya yaitu: 1) Kemudahan memberikan saran, 2) Waktu untuk mengantri tiket, 3) Kemudahan menyampaikan pengaduan, 4) Ketersediaan fasilitas bagi penumpang berkebutuhan khusus, 5) Penampilan pegawai TransJakarta, 6) Biaya TransJakarta, 7) Kemudahan menjangkau halte TransJakarta, dan 8) Jumlah armada bus Transjakarta.Penelitian ini mengenai analisis kualitas pelayanan transportasi Trans- Jakarta.Dengan menganalisis tingkat kepentingan atau harapan (importance) masyarakat dan kinerja (performance) pihak TransJakarta TransJakarta, maka dapat diketahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diinginkan oleh masyarakat terhadap pelayanan yang mereka peroleh. Dalam hal ini, metode IPA dan metode PGCV digunakan dalam penelitian ini.

BAB III
METODA PENELITIAN

3.1. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dan lokasi penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

a. Objek Penelitian

   Obyek penelitian adalah konsumen bengkel servis Yamaha Sumber Baru Motor.

b. Lokasi Penelitian

   Dealer dan bengkel servis Yamaha Sumber Baru Motor di jalan kaliurang km 14,5.

3.2. Metode *Sampling*

Metode sampling dalam penelitian ini menggunakan metode *purpose random sampling* yaitu pemilihan sampel secara acak untuk tujuan tertentu.Sampel dalam penelitian ini merupakan pelanggang yang melakukan serivis di bengkel Yamaha Sumber Baru Motor.jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Sampel adalah sebagian dari populasi. Artinya tidak akan ada sampel jika tidak ada populasi. Populasi adalah keseluruhan elemen atau unsur yang akan kita teliti. Penelitian yang dilakukan atas seluruh elemen dinamakan sensus.Idealnya, agar hasil penelitiannya lebih bisa dipercaya, seorang peneliti harus melakukan sensus.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Ada dua jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu:

a. Data Kuantitatif

   Data Kuantitatif yaitu data yang berupa angka-angka yang dapat dihitung atau diukur secara matematis.

b. Data Kualitatif

Data kualitatif yaitu data yang tidak dapat dihitung atau diukur secara matematis. Data kualitatif dalam penulisan penelitian ini terdri dari:

1) Sejarah perusahaan
2) Struktur organisasi, tugas dan tanggungjawabnya

3.3.2. Sumber Data

Data untuk kegiatan penulisan penelitian diperoleh melalui dua sumber data, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung disumbernya yaitu perusahaan. Data primer meliputi :

1) Data keinginan konsumen terhadap bentuk pelayanan yang diberikan oleh dealer dan bengkel servis Yamaha Sumber Baru Motor.
2) Data atribut konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan jasa kepada konsumen yang diberikan oleh dealer dan bengkel servis Yamaha Sumber Baru Motor.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumbernya. Data sekunderini diperoleh dari pihak intern perusahaan yang berupa dokumen atau berkasyang ada seperti :

1) Sejarah perusahaan
2) Struktur organisasi
3) Data jumlah karyawan dan gajinya

3.4. Metode Pungumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data tersebut harus benar-benar dapat dipercaya dan akurat. Dalam suatu penelitian ilmiah, metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya.

Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah :

a. Studi Pustaka

Pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku literatur, jurnal-jurnal, internet, majalah, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mengambil data, catatan dan dokumen perusahaan yang relevan dengan keperluan peneliti yang nantinya diolah sebagai bahan penelitian.Dokumentasi dilakukan untuk mengetahui tentang bangkel Yamaha Sumber Baru Motor.

c. Kuisioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di bengkel Yamaha Sumber Baru Motor.

Menurut KBBI, kuesioner adalah alat riset atau survei yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis, bertujuan mendapatkan tanggapan dari kelompok orang terpilih melalui wawancara pribadi.

Kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1) Kuisioner tentang identitas responden (Demografi), digunakan untuk mengetahui persebaran dan latar belakang responden
2) Kuisioner terbuka, yaitu berupa pilihan ganda guna memudahkan para responden dalam menjawab pernyataan yang ada.
3) Kuisioner kualitas jasa, digunakan untuk mengukur dan menilai kualitas pelayanan perusahaan kepada pelanggannya.

Untuk pengukuran atribut digunakan Skala Likert. Dalam skala ini dibagi atas lima kategori jawaban yang menunjukkan derajat kepentingan dan derajat kepuasan yang terdiri dari:

1) Nilai Kepentingan

   Jawaban Sangat penting nilainya adalah 5

   Jawaban Penting nilainya adalah 4

   Jawaban Cukup penting nilainya adalah 3

   Jawaban Kurang penting nilainya adalah 2

   Jawaban Tidak penting nilainya adalah 1

2) Nilai Kinerja

   Jawaban sangat puas nilainya adalah 5

   Jawaban puas nilainya adalah 4

   Jawaban Cukup puas nilainya adalah 3

   Jawaban Kurang puas nilainya adalah 2

   Jawaban sangat tidak puas nilainya adalah 1

3.5. Metode Analisa Data

3.5.1. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana skor/ nilai/ ukuran yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengukuran/ pengamatan yang ingin diukur (*Agung* dalam Ninditya Kharisma 2010).Validitas pada umumnya dipermasalahkan berkaitan dengan hasil pengukuran psikologis atau non fisik. Berkaitan dengan karakteristik psikologis, hasil pengukuran yang diperoleh sebenarnya diharapkan dapat menggambarkan atau memberikan skor/ nilai suatu karakteristik lain yang menjadi perhatian utama. Macam validitas umumnya digolongkan dalam tiga kategori besar, yaitu validitas isi (*content validity*), validitas berdasarkan kriteria (*criterion-related validity*) dan validitas konstruk. Pada penelitian ini akan dibahas hal menyangkut validitas untuk menguji apakah pertanyaan-pertanyaan itu telah mengukur aspek yang sama.Untuk itu dipergunakanlah validitas konstruk.

Uji validitas dilakukan dengan mengukur korelasi antara variabel/ item dengan skor total variabel. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing – masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*.

Setelah semua korelasi untuk setiap pertanyaan dengan skor total diperoleh, nilai – nilai tersebut dibandingkan dengan nilai kritik.Selanjutnya, jika nilai koefisien korelasi *product moment* dari suatu pertanyaan tersebut berada diatas nilai tabel kritik, maka pertanyaan tersebut signifikan. Uji validitas akan dilakukan dengan menghitung koefesien korelasi antar subjek pada item pertayaan dengan skor test yang diperoleh dari hasil kuesioner. (aplikasi uji validitas dengan menggunakan bantuan *software SPSS 17 for windows*).

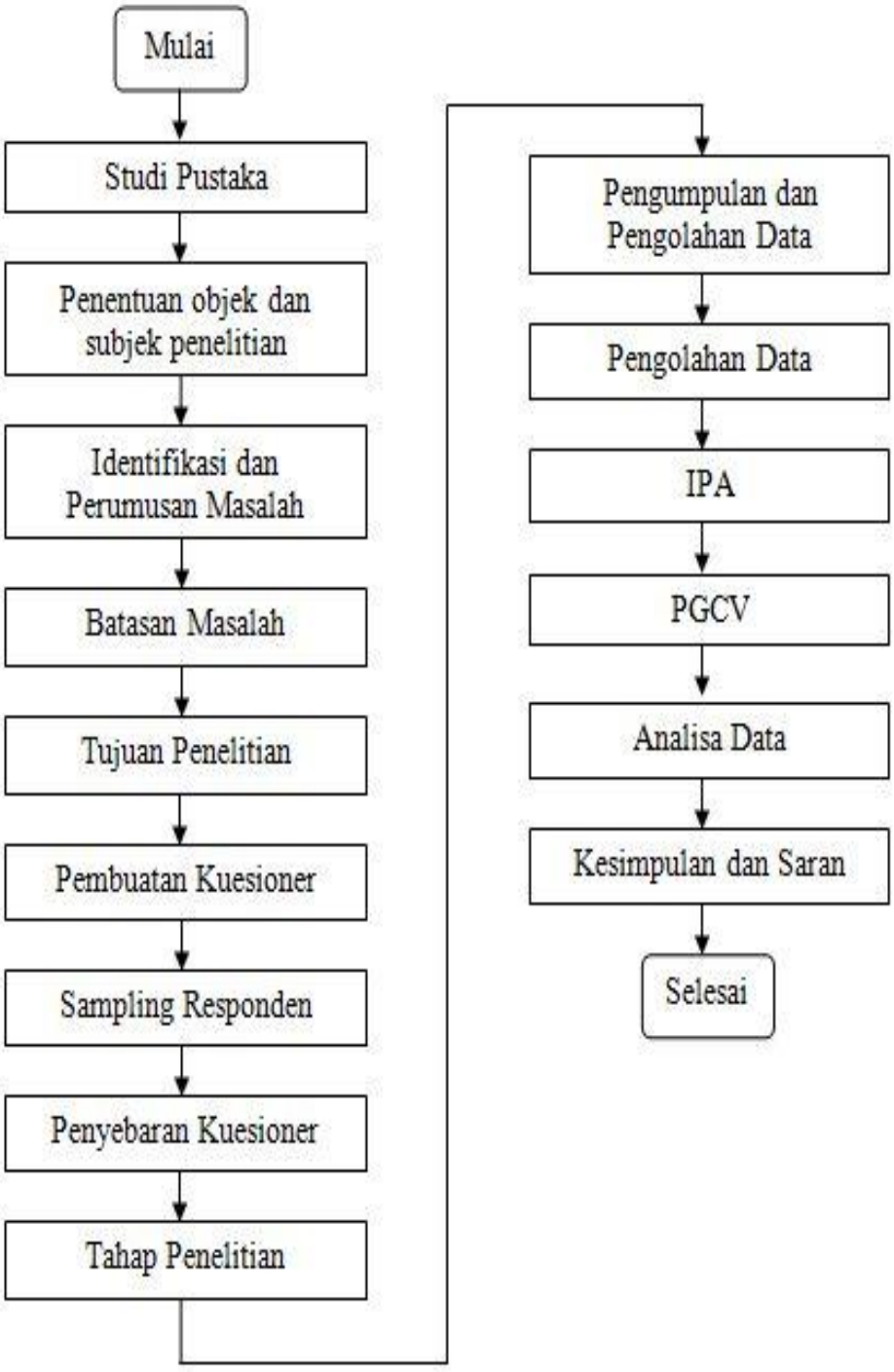
3.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Singarimbun, 1989).Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu.

Dalam penelitian ini teknik untuk menghitung indeks reliabilitas yaitu dengan teknik dua pihak. Teknik ini diperoleh dengan membagi item-item yang sudah valid secara acak menjadi dua bagian. Skor untuk masing-masing item pada tiap belahan dijumlahkan, sehingga diperoleh skor total untuk masing – masing item belahan.

3.6. Alur Penelitian

Alur penelitian merupakan gambaran umum tentang langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian. Alur penelitian dapat menjadi pedoman dalam pelaksanaan penelitian. Alur penelitian dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Diagram Alur Penelitian

Penjelasan Alur Penelitian:

1. Penelitian ini dimulai dengan studi pustaka, melalui buku dan jurnal-jurnal terkait kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk mendapat gambaran mengenai penelitian-penelitian sebelumnya, kemudian dilanjutkan dengan observasi ke lapangan, yaitu memberikan angket prapenelitian untuk mengetahui gambaran awal pelayanan dan kepuasan pelanggan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor.
2. Setelah itu, penentuan objek yang akan diteliti yaitu Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor serta subjek atau responden yang akan diteliti berdasarkan hasil studi pustaka dan observasi sebelumnya yaitu pelanggan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor.
3. Setelah objek dan subjek diketahui, maka tinggal merumuskan masalah apa yang ditemukan sewaktu observasi dan akan diteliti untuk mencari solusi atau pemecahannya dalam penelitian ini.
4. Menentukan batasan-batasan masalah agar pembahasan tetap fokus pada masalah yang ada dan mencari solusinya.
5. Menentukan tujuan penelitian untuk dapat mengetahui apa yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian yang dilakukan.
6. Setelah itu, pembuatan kuesioner kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor.
7. Setelah itu, dilakukan Sampling responden menggunakan metode random sampling.
8. Setelah itu, penyebaran kuesioner kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor.
9. Selanjutnya dilakukan rekapitulasi hasil kuesioner.
10. Setelah data terkumpul, selanjutnya adalah pengolahan data menggunakan uji validitas data dan uji reabilitas data.
11. Pada uji validitas data untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur, jika data belum valid maka butir atau instrumen dibuang atau tidak disertakan.

12. Setelah data valid, maka selanjutnya adalah uji reliabilitas data untuk menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik, jika data belum reliabel maka butir atau instrumen dibuang atau tidak disertakan.
13. Setelah data lolos dalam berbagai pengujian data, maka data diolah lagi menggunakan metode pengukuran kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
14. Data akan diolah dengan mengguanakan metode IPA.
15. Data akan diolah dengan mengguanakan metode PGCV.
16. Setelah itu, hasil oalahan data menggunakan dua metode tersebut dianalisis
17. Setelah itu diperoleh kesimpulan yang menjawab dari perumusan masalah serta diperoleh saran.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1.Uji Validitas Dan Reliabilitas

4.1.1. Uji Analisis Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan

1. Uji Validitas

Analisis kesahihan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS 17.00 *for window* yang bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan dinilai atau dievaluasi dapat dinyatakan valid atau tidak. Hasilnya dengan membandingkan koefisien r_{xy} dengan nilai kritis (r_{tabel}) hasilnya diperoleh dari laporan. Nilai minimal (r_{tabel}) dengan N 30 sendiri adalah 0,361 (Sugiyono, 2014).

Tabel 4.1

Uji Validitas Tangible Tingkat Kepentingan

Atribut	*Kooefisien Korelasi Product Moment*	r tabel	Keterangan
1. Ruang tunggu bersih	0,770	0,361	Valid
2. Sperpart lengkap	0,835	0,361	Valid
3. Peralatan bengkel yang digunakan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor lengkap	0,577	0,361	Valid
4. KaryawanBengkel Yamaha Sumber Baru Motor berpenampilan bersih dan rapih	0,438	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Besarnya koefisien korelasi dari 4 butir pernyataan untuk variabel Tangible menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga

dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel Tangible adalah valid.

Tabel 4.2

Uji Validitas Assurance Tingkat Kepentingan

Atribut	Kooefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
1. Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki jam buka yang pasti	0,605	0,361	Valid
2. Perbaikan yang dilakukan karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu sesuai kerusakan	0,607	0,361	Valid
3. Keamanan penitipan barang terjamin	0,458	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Besarnya koefisien korelasi dari 3 butir pernyataan untuk variabel Assurance menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel Assurance adalah valid. Hasil yang diperoleh setelah dilakukan koreksi terhadap *product moment*.

Tabel 4.3

Uji Validitas Reliability Tingkat Kepentingan

Atribut	Kooefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
1. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memperbaiki motor dengan cepat	0,679	0,361	Valid
2. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor	0,698	0,361	Valid
3. Keakuratan perhitungan	0,552	0,361	Valid

administrasi oleh kasir Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor			

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Besarnya koefisien korelasi dari 3 butir pernyataan untuk variabel Reliability menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang trerdapat pada variabel Reliability adalah valid.

Tabel 4.4

Uji Validitas Responsive Tingkat Kepentingan

Atribut	Kooefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
1. Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan	0,435	0,361	Valid
2. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor tidak membiarkan Anda berdiri lama ketika tempat penuh	0,571	0,361	Valid
3. Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki waktu luang untuk membantu Anda	0,567	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Besarnya koefisien korelasi dari 3 butir pernyataan untuk variabel Responsive menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel Responsive adalah valid.

Tabel 4.5

Uji Validitas Emphaty Tingkat Kepentingan

Atribut	Kooefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
1. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu bersikap sopan kepada Anda	0,593	0,361	Valid
2. Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan	0,791	0,361	Valid
3. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang ststus sosial	0,568	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Besarnya koefisien korelasi dari 3 butir pernyataan untuk variabel Emphaty menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel Emphaty adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Analisis kesahihan dilakukan dengan bantuan komputer dengan program 17.0 *for window* yang bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir item pertanyaan yang dinilai atau dievaluasi oleh konsumen dapat dinyatakan valid atau tidak. Pengujian hasilnya dengan cara membandingkan koefisien α (r hitung) dengan nilai kritis (r tabel) yang hasilnya dapat dilaporkan.

Tabel 4.6

Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan

Dimensi	**Nilai Alpha**	**Ketentuan nilai Alpha**	**Keterangan**
Tangible	0,822	0,6	Reliabel
Assurance	0,731	0,6	Reliabel
Reliability	0,797	0,6	Reliabel
Responsive	0,705	0,6	Reliabel
Emphaty	0,801	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Seluruh butir pernyataan untuk tiap variabel dinyatakan reliabel yang artinya jika *instrument* tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

4.1.2. Uji analisis validitas dan reliabilitas Tingkat Kepuasan

1. Uji Validitas

Analisis kesahihan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS 15.00 for window yang bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir pertanyaan dinilai atau dievaluasi dapat dinyatakan valid atau tidak. Hasilnya dengan membandingkan koefisien r_{xy} dengan nilai kritis (r_{tabel}) hasilnya diperoleh dari laporan. Nilai minimal (r_{tabel}) dengan N 30 sendiri adalah 0,361 (Sugiyono, 2014).

Tabel 4.7

Uji Validitas Tangible Tingkat Kepuasan

Atribut	*Kooefisien Korelasi Product Moment*	r tabel	Keterangan
1. Ruang tunggu bersih	0,506	0,361	Valid
2. Sperpart lengkap	0,553	0,361	Valid
3. Peralatan bengkel yang digunakanBengkel Yamaha Sumber Baru Motor lengkap	0,576	0,361	Valid
4. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor berpenampilan bersih dan rapih	0,478	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Besarnya koefisien korelasi dari 4 butir pernyataan untuk variabel Tangible menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel Tangible adalah valid.

Tabel 4.8

Uji Validitas Assurance Tingkat Kepuasan

Atribut	Kooefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
1. Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki jam buka yang pasti	0,710	0,361	Valid
2. Perbaikan yang dilakukan karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu sesuai kerusakan	0,601	0,361	Valid
3. Keamanan penitipan barang terjamin	0,372	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Besarnya koefisien korelasi dari 3 butir pernyataan untuk variabel Assurance menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga

dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang trerdapat pada variabel Assurance adalah valid. Hasil yang diperoleh setelah dilakukan koreksi terhadap *product moment*.

Tabel 4.9

Uji Validitas Reliability Tingkat Kepuasan

Atribut	Kooefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
1. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memperbaiki motor dengan cepat	0,679	0,361	Valid
2. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor	0,698	0,361	Valid
3. Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor	0,552	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Besarnya koefisien korelasi dari 3 butir pernyataan untuk variabel Reliability menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang trerdapat pada variabel Reliability adalah valid.

Tabel 4.10

Uji Validitas Responsive Tingkat Kepuasan

Atribut	Kooefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
1. Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan	0,468	0,361	Valid
2. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor tidak membiarkan Anda berdiri lama ketika tempat penuh	0,691	0,361	Valid
3. Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki waktu luang untuk membantu Anda	0,614	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Besarnya koefisien korelasi dari 3 butir pernyataan untuk variabel Responsive menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel Responsive adalah valid.

Tabel 4.11

Uji Validitas Emphaty Tingkat Kepuasan

Atribut	Kooefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
1. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu bersikap sopan kepada Anda	0,614	0,361	Valid
2. Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan	0,819	0,361	Valid
3. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang ststus sosial	0,642	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Besarnya koefisien korelasi dari 3 butir pernyataan untuk variabel Emphaty menunjukkan nilai yang lebih tinggi dari nilai r tabel. Sehingga

dapat dikatakan bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel Emphaty adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Analisis kesahihan dilakukan dengan bantuan komputer dengan program 17.0 for window yang bertujuan untuk mengetahui apakah setiap butir item pertanyaan yang dinilai atau dievaluasi oleh konsumen dapat dinyatakan valid atau tidak. Pengujian hasilnya dengan cara membandingkan koefisien α (r hitung) dengan nilai kritis (r tabel) yang hasilnya dapat dilaporkan.

Tabel 4.12

Reliabilitas Tingkat Kepuasan

Dimensi	Nilai Alpha	Ketentuan nilai Alpha	Keterangan
Tangible	0,736	0,6	Reliabel
Assurance	0,729	0,6	Reliabel
Reliability	0,797	0,6	Reliabel
Responsive	0,757	0,6	Reliabel
Emphaty	0,829	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2017

Seluruh butir pernyataan untuk tiap variabel dinyatakan reliabel yang artinya jika *instrument* tersebut digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama pula.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1.Analisis Deskriptif Variabel

Untuk menganalisis kualitas pelayanan digunakan analisis deskriptif, yaitu dengan perhitungan nilai skor responden untuk setiap butir pertanyaan, baik pada aspek harapan maupun persepsi responden.

Tabel 5.1. Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
tangible	100	3,00	5,00	4,2560	,63059
assurance	100	3,00	5,00	4,2140	,58964
reliability	100	3,00	5,00	4,2375	,60027
responsive	100	3,00	5,00	4,2267	,64941
emphaty	100	3,00	5,00	4,2600	,61332
Valid N (listwise)	100				

Sumber: data diolah, 2017

Cara menghitung kelas interval:

Nilai maksimum dan nilai minimum dilihat dari tabel deskriptif statistik yang diambil dari nilai rata-rata tabulasi responden yang diolah dengan program SPSS.

$$\text{Interval} = \frac{nilai\ maksimum - nilai\ \min imum}{kelas}$$

$$\text{Interval} = \frac{5-3}{5}$$

$$\text{Interval} = 0{,}4$$

Adapun nilai range dalam penilaian kuesioner adalah sebagai berikut:

Sangat Tidak Penting : 3-3,4

Tidak Penting : 3,41-3,8

Cukup Penting : 3,81-4,2

Penting : 4,21-4,6

Sangat Penting : 4,61-5

Deskripsi tanggapan responden mengenai dimensi tangible, reliability, responsive, assurance, dan emphaty dapat dilhat pada tabel berikut ini :

5.1.1 Deskriptif Tingkat Kepentingan

Tabel 5.2
Variabel Tangible Tingkat Kepentingan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	Sangat tidak penting	3-3,4	6	6
2	Tidak penting	3,41-3,8	0	0
3	Cukup	3,81-4,2	14	14
4	Penting	4,21-4,6	40	40
5	Sangat penting	4,61-5	40	40
	total		100	100

Dari tabel di atas didominasi oleh yang menjawab penting sebanyak 40 (40%), sangat penting sebanyak 40 (40%), sangat tidak penting sebanyak 6 (6%), tidak penting sebanyak 0 (0%). Artinya variabel tangible adalah penting.

Tabel 5.3
Variabel Assurance Tingkat Kepentingan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	Sangat tidak penting	3-3,4	5	5
2	Tidak penting	3,41-3,8	5	5
3	Cukup	3,81-4,2	12	12
4	Penting	4,21-4,6	39	39
5	Sangat penting	4,61-5	39	39
	total		100	100

Dari tabel di atas didominasi oleh yang menjawab sangat penting sebanyak 39 (39%), penting sebanyak 39 (39%), sangat tidak penting sebanyak 5

(5%), tidak penting sebanyak 5 (5%). Artinya variabel tangible adalah sangat penting.

Tabel 5.4
Variabel Reliability Tingkat Kepentingan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	Sangat tidak penting	3-3,4	7	7
2	Tidak penting	3,41-3,8	3	3
3	Cukup	3,81-4,2	0	0
4	Penting	4,21-4,6	45	45
5	Sangat penting	4,61-5	45	45
	total		100	100

Dari tabel di atas didominasi oleh yang menjawab sangat penting sebanyak 45 (45%), penting sebanyak 45 (45%), sangat tidak penting sebanyak 7 (7%), tidak penting sebanyak 3 (3%). Artinya variabel tangible adalah sangat penting.

Tabel 5.5
Variabel Responsive Tingkat Kepentingan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	Sangat tidak penting	3-3,4	6	6
2	Tidak penting	3,41-3,8	2	2
3	Cukup	3,81-4,2	5	5
4	Penting	4,21-4,6	29	29
5	Sangat penting	4,61-5	58	58
	total		100	100

Dari tabel di atas didominasi oleh yang menjawab sangat penting sebanyak 58 (58%), penting sebanyak 29 (29%), sangat tidak penting sebanyak 6 (6%), tidak penting sebanyak 2 (2%). Artinya variabel tangible adalah sangat penting.

Tabel 5.6
Variabel Emphaty Tingkat Kepentingan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	Sangat tidak penting	3-3,4	5	5
2	Tidak penting	3,41-3,8	3	3

3	Cukup	3,81-4,2	3	3
4	Penting	4,21-4,6	41	41
5	Sangat penting	4,61-5	48	48
	total		100	100

Dari tabel di atas didominasi oleh yang menjawab sangat penting sebanyak 48 (48%), spenting sebanyak 41 (41%), sangat tidak penting sebanyak 5 (5%), tidak penting sebanyak 3 (3%). Artinya variabel tangible adalah sangat penting.

5.1.2. Deskriptif Tingkat Kepuasan

Adapun nilai range dalam penilaian kuesioner adalah sebagai berikut:

Sangat Tidak Puas : 3-3,4
Tidak Puas : 3,41-3,8
Cukup Puas : 3,81-4,2
Puas : 4,21-4,6
Sangat Puas : 4,61-5

Deskripsi tanggapan responden mengenai dimensi tangible, reliability, responsive, assurance, dan emphaty dapat dilhat pada tabel berikut ini :

Tabel 5.7
Variabel Tangible Tingkat Kepuasan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	Sangat tidak puas	3-3,4	22	22
2	Tidak puas	3,41-3,8	6	6
3	Cukup	3,81-4,2	10	10
4	Puas	4,21-4,6	34	34
5	Sangat puas	4,61-5	28	28
	Total		100	100

Dari tabel di atas didominasi oleh yang menjawab puas sebanyak 34 (34%), sangat puas sebanyak 28 (28%), sangat tidak puas sebanyak 22 (22%), tidak puas sebanyak 6 (6%). Artinya variabel tangible adalah puas.

Tabel 5.8
Variabel Assurance Tingkat Kepuasan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	Sangat tidak puas	3-3,4	17	17
2	Tidak puas	3,41-3,8	24	24
3	Cukup	3,81-4,2	20	20
4	Puas	4,21-4,6	23	23
5	Sangat puas	4,61-5	25	25
	Total		100	100

Dari tabel di atas didominasi oleh yang menjawab sangat puas sebanyak 25 (25%), puas sebanyak 24 (24%), sangat tidak puas sebanyak 17 (17%), tidak puas sebanyak 24 (24%). Artinya variabel tangible adalah sangat puas.

Tabel 5.9
Variabel Reliability Tingkat Kepuasan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	Sangat tidak puas	3-3,4	13	13
2	Tidak puas	3,41-3,8	13	13
3	Cukup	3,81-4,2	8	8
4	Puas	4,21-4,6	35	35
5	Sangat puas	4,61-5	31	31
	Total		100	100

Dari tabel di atas didominasi oleh yang menjawab puas sebanyak 35 (35%), sangat puas sebanyak 31 (31%), sangat tidak puas sebanyak 13 (13%), tidak puas sebanyak 15 (15%). Artinya variabel tangible adalah puas.

Tabel 5.10
Variabel Responsive Tingkat Kepuasan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	Sangat tidak puas	3-3,4	21	21
2	Tidak puas	3,41-3,8	6	6
3	Cukup	3,81-4,2	7	7
4	Puas	4,21-4,6	29	29
5	Sangat puas	4,61-5	37	37
	total		100	100

Dari tabel di atas didominasi oleh yang menjawab sangat puas sebanyak 37 (37%), puas sebanyak 29 (29%), sangat tidak puas sebanyak 21 (21%), tidak puas sebanyak 6 (6%). Artinya variabel tangible adalah sangat puas.

Tabel 5.11
Variabel Emphaty Tingkat Kepuasan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	Sangat tidak puas	3-3,4	11	11
2	Tidak puas	3,41-3,8	15	15
3	Cukup	3,81-4,2	6	6
4	Puas	4,21-4,6	37	37
5	Sangat puas	4,61-5	31	31
	total		100	100

Dari tabel di atas didominasi oleh yang menjawab puas sebanyak 37 (37%), sangat puas sebanyak 31 (31%), sangat tidak puas sebanyak 11 (11%), tidak puas sebanyak 15 (15%). Artinya variabel tangible adalah puas.

5.2. Analisis *Importance Performance Analysis*

Teknik analisis data dilakukan untuk menjawab perumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kesesuaian masyarakat pengguna jasa pelayanan di Puskesmas Tegalrejo, maka digunakan metode analisis *Importance Performance Analysis* atau analisis tingkat kepentingan dan kinerja kepuasan pelanggan (J.Supranto, 2001: 241). Dengan rumus :

$$T_{ki} = \frac{\overline{Xi}}{\overline{Yi}} \times 100\%$$

Keterangan:
Tki = Tingkat kesesuaian responden

$\overline{Xi}$= Skor rata-rata penilaian kinerja/realita perusahaan

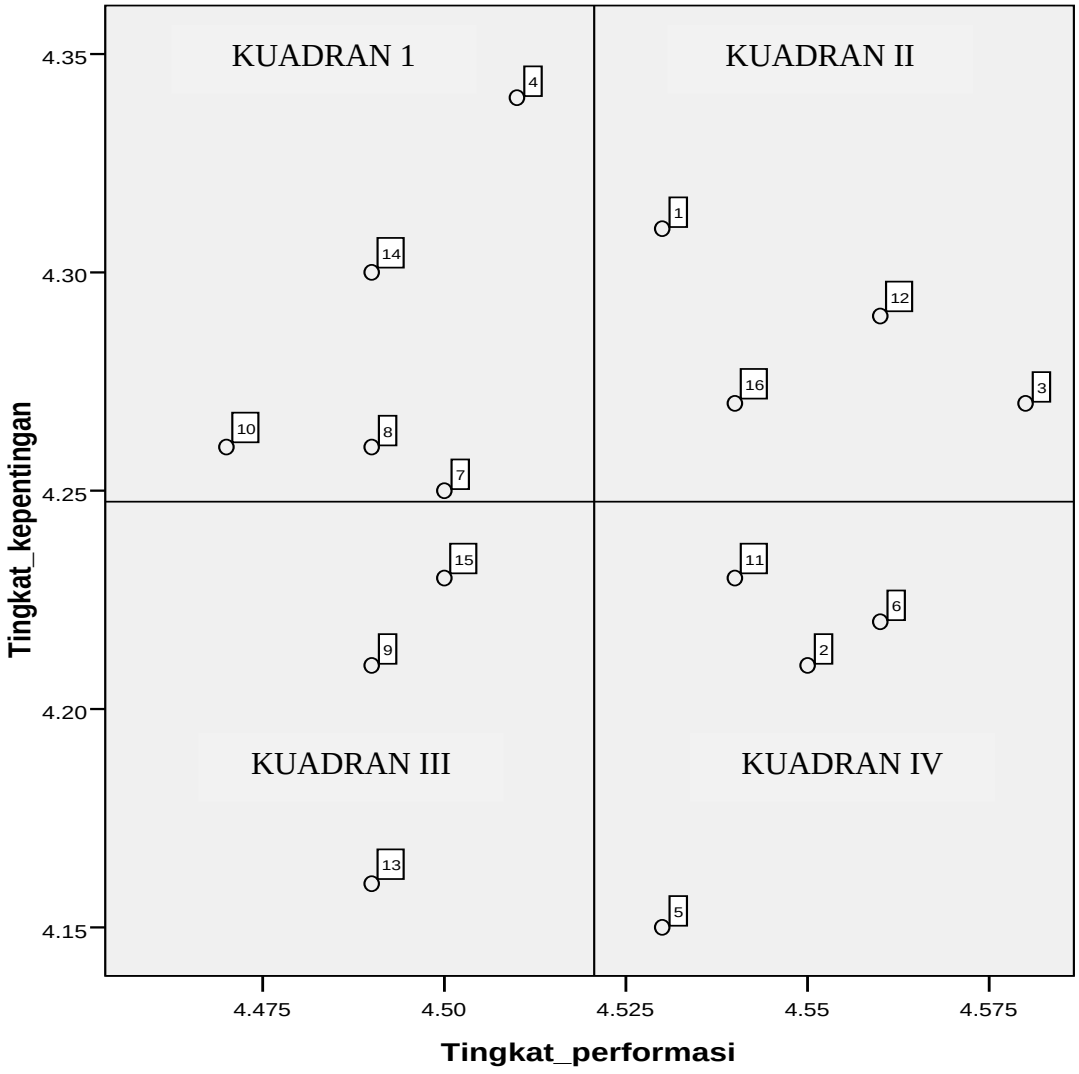
$\overline{Yi}$ = Skor rata-rata penilaian kepentingan/ekspektasi pelanggan

Tabel 5.12 Tingkat Kesesuaian

Nama Atribut Kualitas Pelayanan	Rata-rata Yi	Rata-rata Xi	Tki
1. Ruang tunggu bersih	453	431	95,14
2. Sperpart lengkap	455	421	92,53
3. Peralatan bengkel yang digunakan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor lengkap	458	427	93,23
4. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor berpenampilan bersih dan rapih	451	434	96,23
Rata-rata tangible	454,25	428,25	94,28
5. Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki jam buka yang pasti	453	415	91,61
6. Perbaikan yang dilakukan karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu sesuai kerusakan	456	422	92,54
7. Keamanan penitipan barang terjamin	450	425	94,44
Rata-rata Assurance	453	420,67	92,87
8. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memperbaiki motor dengan cepat	449	426	94,88
9. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor	449	421	93,76
10. Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor	447	426	95,30
Rata-rata reliability	448,33	424,33	94,65
11. Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan	454	423	93,17
12. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor tidak membiarkan Anda berdiri lama ketika tempat penuh	456	429	94,08
13. Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor mmemiliki waktu luang untuk membantu Anda	449	416	92,65
Rata-rata Responsive	453	422,67	93,30
14. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu bersikap sopan kepada Anda	449	430	95,77
15. Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan	450	423	94,00
16. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang ststus social	454	427	94,05
Rata-rata emphaty	451	426,67	94,60
Jumlah keseluruhan variabel	7233	6796	1503,4
Rata-rata keseluruhan variabel	452,06	425	93,96

Penjabaran atribut berdasarkan diagram *Importance Performance Analysis*

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (x,y), dimana x merupakan rata-rata dari skor tingkat kinerja (kondisi saat ini) seluruh faktor dan y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, Supranto (2011). Penjabaran kuadran *Importance Performance Analysis* dapat dilihat pada Gambar 4.1.



Gambar 5.1. Hasil Diagram Kartesius

Keterangan:

1. Ruang tunggu bersih
2. Sperpart lengkap
3. Peralatan bengkel yang digunakan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor lengkap
4. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor berpenampilan bersih dan rapih
5. Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki jam buka yang pasti
6. Perbaikan yang dilakukan karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu sesuai kerusakan
7. Keamanan penitipan barang terjamin
8. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memperbaiki motor dengan cepat
9. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor
10. Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor
11. Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan
12. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor tidak membiarkan Anda berdiri lama ketika tempat penuh
13. Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor mmemiliki waktu luang untuk membantu Anda
14. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu bersikap sopan dan sabar kepada Anda
15. Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan
16. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang ststus social

Adapun letak kuadran tersebut menggambarkan keadaan yang berbeda. Pemetaan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja ini memungkinkan pihak bengkel untuk segera melakukan perbaikan pada atribut yang dianggap penting oleh pelanggan dalam jangka waktu yang relative dekat. Setiap kuadran dijelaskan dengan interpretasi sebagai berikut :

5.2.1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Berdasarkan Gambar 4.1, terdapat 5 pernyataan yang masuk dalam kuadran I IPA yaitu mengenai berpenampilan bersih dan rapih, Keamanan penitipan barang terjamin, Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memperbaiki motor dengan cepat, Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor, Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu bersikap sopan dan sabar. Hal tersebut berarti pelanggan mengaharapkan tingkat kepentingan yang tinggi, namun performa dari pelayanan tersebut kurang maksimal sehingga perlu ada perbaikan yang lebih fokus pada kriteria tersebut. Kuadran ini membutuhkan perhatian yang ekstra dalam meningkatkan performansi setiap atribut pelayanannya, agar kepuasan konsumen lebih terjaga.

Dimensi inilah yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki. Atribut yang termasuk pada kuadran I antara lain: Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor berpenampilan bersih dan rapih, Keamanan penitipan barang terjamin, Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memperbaiki motor dengan cepat, Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor, Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu bersikap sopan dan sabar kepada Anda

5.2.2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Berdasarkan gambar 4.1, dapat terlihat bahwa terdapat 4 pernyataan yang masuk dalam kuadran II, yang berarti pelanggan sudah

menganggap variabel-variabel tersebut sangat penting sekaligus telah mencapai kinerja yang memuaskan dan patut dipertahankan. Walau demikian, pelanggan juga berharap perlu ada peningkatan kualitas dari variabel tersebut untuk menjaga performanya agar kepuasan pelanggan tetap terjaga.

Gambar 4.1. menunjukkan bahwa terdapat empat atribut yang termasuk dalam kuadran II. Atribut-atribut tersebut antara lain Ruang tunggu bersih, Peralatan bengkel yang digunakan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor lengkap, Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor tidak membiarkan Anda berdiri lama ketika tempat penuh, Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang ststus social.

5.2.3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Berdasarkan Gambar 4.1, terdapat 3 kriteria penilaian yang masuk dalam kuadran III. Responden menganggap bahwa variabel-variabel tersebut merupakan variabel dengan tingkat kepentingan dan performansi yang rendah sehingga pelanggan tidak merasa terganggu akan rendahnya kinerja bengkel karena bukan menjadi prioritas utama. Meskipun responden menganggap variabel-variabel termasuk masuk dalam kategori *low priority*, namun pihak bengkel tetap harus melakukan perbaikan terhadap variabel pelayanan tersebut setelah mendahulukan perbaikan pada variabel yang menjadi prioritas utama.

Gambar 4.1. menunjukkan bahwa terdapat tiga atribut yang termasuk dalam kuadran III. Atribut-atribut tersebut antara lain Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor, Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor mmemiliki waktu luang untuk membantu Anda, Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan.

5.2.4. Kuadran IV (Berlebihan)

Berdasarkan Gambar 4.1, terdapat 4 kriteria penilaian yang masuk dalam kuadran IV. Responden menganggap bahwa variabelvariabel tersebut memiliki tingkat kepentingan yang rendah namun memiliki performansi yang cukup tinggi. Walaupun performansi dari pihak bengkel cukup tinggi namun responden menganggap variabel-variabel tersebut bukan prioritas dengan tingkat kepentingan yang rendah. Hal ini terlihat sebagai sesuatu yang berlebihan karena kurang memberikan nilai bagi perusahaan, sehingga pihak bengkel dapat mempertahankan kualitas pelayanan dari variabel tersebut tanpa harus meningkatkan performansi pada ketiga variabel tersebut.

Gambar 4.1. menunjukkan bahwa terdapat empat atribut yang termasuk dalam kuadran IV. Atribut-atribut tersebut antara lain Sperpart lengkap, Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki jam buka yang pasti, Perbaikan yang dilakukan karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru

Motor selalu sesuai kerusakan, Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan.

5.3. Analisis *Potential Gain in Customer Value* (PGVC)

Dari hasil analisis *Importance- performance Analysis*, selanjutnya dilakukan penentuan urutan prioritas perbaikan pelayanan dengan mengunakan indeks *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) untuk mengetahui urutan prioritas perbaikan pelayanan yang harus dilakukan. Untuk mendapatkan nilai PGCV, pertama harus menentukan nilai ACV (*Achieved Customer Value*) dan UDCV (*Ultimately Desired Customer Value*).

Langkah-langkah menghitung *PGCV* adalah :

a. *Achive Customer Value (ACV)*

   ACV = *X* x *Y*

   Dimana : *X* = Skor rata-rata kinerja

   Y = Skor rata-rata kepentingan

b. *Ultimately Desire Customer Value*

   UDCV = *Y* x *X* max

   Dimana :*Y* = Skor rata-rata tingkat kepentingan

   X max = Nilai maksimal skala Likert

c. *Indeks PGCV*

   Indeks *PGCV* = *UDCV– ACV*

Data mengenai indeks PGCV akan disajikan pada Tabel 4.29.

Tabel 5.13 Indeks PGCV

Atribut	Nilai rata-rata Tingkat Kinerja (X)	Nilai rata-rata Tingkat kepentingan (Y)	Nilai ACV (X) X (Y)	Nilai UDCV (Y) X (Xmax)	nilai PGCV UDVC - ACV
P1	4,53	4,31	19,5243	21,55	2,0257
P2	4,55	4,21	19,1555	21,05	1,8945
P3	4,58	4,27	19,5566	21,35	1,7934

P4	4,51	4,34	19,5734	21,7	2,1266
P5	4,53	4,15	18,7995	20,75	1,9505
P6	4,56	4,22	19,2432	21,1	1,8568
P7	4,5	4,25	19,125	21,25	2,125
P8	4,49	4,26	19,1274	21,3	2,1726
P9	4,49	4,21	18,9029	21,05	2,1471
P10	4,47	4,26	19,0422	21,3	2,2578
P11	4,54	4,23	19,2042	21,15	1,9458
P12	4,56	4,29	19,5624	21,45	1,8876
P13	4,49	4,16	18,6784	20,8	2,1216
P14	4,49	4,3	19,307	21,5	2,193
P15	4,5	4,23	19,035	21,15	2,115
P16	4,54	4,27	19,3858	21,35	1,9642

Tabel 5.14. Urutan Priotitas Indeks PGCV

Atribut	tingkat performasi (X)	tingkat kepentingan (Y)	nilai ACV	nilai UDCV	nilai PGCV	Prioritas
			X x Y	Y x Xmax	UDVC - ACV	
p10	4,47	4,26	19,0422	21,3	2,2578	1
p14	4,49	4,3	19,307	21,5	2,193	2
p8	4,49	4,26	19,1274	21,3	2,1726	3
p9	4,49	4,21	18,9029	21,05	2,1471	4
p4	4,51	4,34	19,5734	21,7	2,1266	5
p7	4,5	4,25	19,125	21,25	2,125	6
p13	4,49	4,16	18,6784	20,8	2,1216	7
p15	4,5	4,23	19,035	21,15	2,115	8
p1	4,53	4,31	19,5243	21,55	2,0257	9
p16	4,54	4,27	19,3858	21,35	1,9642	10
p5	4,53	4,15	18,7995	20,75	1,9505	11
p11	4,54	4,23	19,2042	21,15	1,9458	12
p2	4,55	4,21	19,1555	21,05	1,8945	13
p12	4,56	4,29	19,5624	21,45	1,8876	14
p6	4,56	4,22	19,2432	21,1	1,8568	15
p3	4,58	4,27	19,5566	21,35	1,7934	16

5.4. Analisis Pembahasan

Pada bagian ini akan pembahasan ini dijelaskan mengenai analisis dan pembahasan serta saran perbaikan dari data yang telah diperoleh dari metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV). Penentuan kriteria penilaian yang akan dianalisis di bawah, akan ditentukan berdasarkan dari 2 kuadran di IPA yaitu kuadran I (*concentrate here*) dan kuadran III (*low priority*). Yang kemudian dari masing- masing kuadran tersebut akan dianalisis sesuai dengan prioritas berdasarkan hasil perhitungan nilai PGCV.

5.4.1. Analisis Berdasarkan Kuadran I IPA

Kuadran I IPA merupakan kuadran yang memiliki tingkatan performansi yang rendah, namun disisi lain memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, sehingga kriteria- kriteria penilaian yang ada dalam kuadran ini merupakan prioritas paling utama dalam perbaikan yang dilakukan oleh pihak bengkel. Dari kriteria-kriteria yang terdapat pada kuadran I IPA tersebut kemudian diurutkan sesuai dengan skala prioritas dalam nilai

PGCV. Terdapat 7 kriteria penilaian yang masuk ke dalam kuadran I IPA, yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.15. Analisis Pembahasan Kuadran I

Atribut	Pernyataan	Nilai ACV	Nilai UDCV	nilai PGCV
P10	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor	19,0422	21,3	2,2578
P14	Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu bersikap sopan dan sabar kepada Anda	19,307	21,5	2,193
P8	Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memperbaiki motor dengan cepat	19,1274	21,3	2,1726
P4	Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor berpenampilan bersih dan rapih	19,5734	21,7	2,1266
P7	Keamanan penitipan barang terjamin	19,125	21,25	2,125

1. Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor

   Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor karyawan kasir bengkel yang belum akurat dalam perhitungan administrasi, karena responden pernah mengalami kekeliruan dalam perhitungan, yang seharusnya hanya servis tetapi ada tambahan sparepart, padahal responden tidak merasa mengganti sparepart yang ada di nota yang diberikan kasir. Menyebabkan

penilaian responden dalam perhitungan indeks PGCV mempunyai nilai 2,2578 yang masuk dalam kategori sangat tinggi.

2. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu bersikap sopan dan sabar kepada Anda

   Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor karyawan belum sopan dan sabar kepada pelanggan, karena menurut responden, karyawan bengkel kurang sopan dalam hal perilaku dan cara berbicara, menurut responden karyawan berbicara teriak sehingga membuat responden kaget. Karyawan juga kurang sabar ketika responden menanyakan tentang servis motornya, karyawan menjawab dengan kata-kata yang singkat sehingga responden belum jelas perihal yang akan ditanyakan responden tentang motornya, ini yang menyebabkan penilaian responden dalam perhitungan indeks PGCV mempunyai nilai 2,193 yang masuk dalam kategori sangat tinggi.

3. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memperbaiki motor dengan cepat

   Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor belum merasa cepat dalam memperbaiki motor dibengkel, dikarenakan Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor belum cekatan dalam menangani permasalahan motor pelanggan. Hal ini berarti kurangnya kecekatan dkaryawan bengkel

dalam menangani permasalahan motor pelanggan, berdasarkan hasil pengamatan memang terlihat karyawan yang lambat dalam menangani permasalahan motor pelanggan. Hal ini yang menyebabkan penilaian responden dalam perhitungan indeks PGCV mempunyai nilai 2,1726 yang masuk dalam kategori sangat tinggi.

4. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor berpenampilan bersih dan rapih

   Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor karyawan bengkel belum bersih dan rapi dalam berpenampilan. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor belum berpenampilan bersih dan rapih. Menurut penulis terlihat karyawan yang pakaianya kotor dan waktu bersalaman dengan pelanggan tangan mereka masih bercampur dengan oli sehingga pelanggan sebelum meninggalkan bengkel lebih dahulu mencuci tangan. Hal ini yang menyebabkan penilaian responden dalam perhitungan indeks PGCV mempunyai nilai 2,1266 yang masuk dalam kategori tinggi.

5. Keamanan penitipan barang terjamin

   Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor keamanan penitipan barang belum terjamin, karena pada waktu pelanggan sedang memperbaiki motor di bengkel,

waktu pelanggan menitipkan barang tertukar helem dengan pelanggan lain. Hal ini yang menyebabkan penilaian responden dalam perhitungan indeks PGCV mempunyai nilai 2,125 yang masuk dalam kategori tinggi.

5.4.2. Analisis Berdasarkan Kuadran III IPA

Kriteria penilaian yang masuk ke dalam kuadran III IPA memiliki nilai kepentingan yang rendah dan juga nilai performansi yang rendah. Walaupun tingkat kepentingan rendah, namun tetap performansi dari pelayanan berdasarkan kriteria-kriteria penilaian yang di nilai oleh responden harus ditingkatkan semaksimal mungkin karena tergolong rendah. Maka dari itu kriteria penilaian dalam kuadran III IPA merupakan pelayanan yang menjadi prioritas berikutnya yang harus segera ditingkatkan. Terdapat 4 kriteria penilaian yang masuk dalam kuadran ini, yaitu:

Tabel 5.16. Analisis Pembahasan Kuadran III

Atribut	Tingkat performasi (X)	Nilai ACV (X) X (Y)	Nilai UDCV (Y) X (Xmax)	nilai PGCV UDVC - ACV
P9	Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor	18,9029	21,05	2,1471
P13	Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki waktu luang untuk	18,6784	20,8	2,1216

	membantu Anda			
P15	Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan	19,035	21,15	2,115

1. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor

   Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor mempunyai nilai PGCV tertinggi dalam kuadran III IPA ini. Hal ini berarti kurangnya kemampuan karyawan bengkel dalam memperbaiki motor. Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Sumber Motor mempunyai karyawan yang belum memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor, karena setiap melakukan servis pelanggan kadang masih harus balik ke bengkel lagi dikarenakan motor pelanggan dirasa masih kurang nyaman.Berdasarkan hasil pengamatan memang terlihat karyawan yang belum bisa memperbaiki motor dan menangani permasalahan motor pelanggan, terlihat karyawan bertanya kepada karyawan lain sehingga mengganggu pekerjaan karyawan yang lain.
2. Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki waktu luang untuk membantu Anda

   Ketika pelanggan membutuhkan sesuatu , karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor tidak memiliki waktu luang untuk membantu Anda, karena kurangnya petugas terutama bagian *service*

advisor dalam menangani pelanggan. Sehingga pelanggan harus menunggu cukup lama.

3. Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan

   Karyawan belum menunjukan Komunikasi dan kesabaran dalam melayani pelanggan, Dalam kriteria penilaian ini responden menilai bahwa kurang adanya inisiatif dan komunikasi dari karyawan bengkel dalam menangani pelanggan yang terlihat kebingungan.

5.5. Langkah Perbaikan Kualitas Layanan

Langkah perbaikan dibagi menjadi 2 skala prioritas sesuai dengan kuadran IPA. Kriteria penilaian yang terdapat dalam kuadran I IPA merupakan prioritas utama mengenai kriteria pelayanan yang harus ditingkatkan kemudian dilanjutkan dengan kriteria penilaian dalam kuadran III IPA sebagai prioritas berikutnya.

5.5.1. Langkah-langkah Perbaikan Prioritas I (Kuadran I IPA)

1. Langkah-langkah perbaikan kriteria penilaian (No. 1)

   Pada kriteria penilaian nomor 1 pelanggan menilai Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor belum akurat dalam perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor. Beberapa pertimbangan yang dapat dilakukan antara lain:

a. Memberikan pelatihan kerja kepada kasir terlebih dahulu terhadap karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor, sebelum langsung menempatkan kerja sebagai kasir.
b. Karyawan kasir diberikan pelatihan tentang keuangan.

2. Langkah-langkah perbaikan kriteria penilaian (No. 2)

Pada kriteria penilaian nomor 2 pelanggan menilai karyawan belum bersikap sopan dan sabar kepada. Untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan melakukan pelatihan terhadap seluruh karyawan bengkel yang bertugas dalam melayani pelanggan secara langsung, misalnya adalah pelatihan mengenai pelayanan secara prima baik secara verbal maupun non verbal agar karyawan dapat merespon pelanggan dengan cepat.

3. Langkah-langkah perbaikan kriteria penilaian (No. 3)

Pada kriteria penilaian nomor 3 pelanggan menilai karyawan belum cepat dalam memperbaiki motor pelanggan. Pertimbangan yang dilakukan adalah memberikan pelatihan untuk karyawan untuk meminimalisir keluhan pelanggan, dan memberikan kecepatan dalam memperbaiki motor pelanggan. Bisa dilakukan pemberian jaminan servis atau perbaikan motor pelanggan yang tidak harus menunggu lama lagi untuk proses perbaikan. *Follow up* yang dilakukan pihak bengkel mengenai ada tidaknya keluhan telah dilakukan oleh pihak bengkel sudah dilakukan, namun dilakukan secara random. Akan lebih

baik jika *follow up* dilakukan ke semua pelanggan yang melakukan *service* di Bengkel motor. Dengan begitu pihak bengkel akan mengetahui apabila ada keluhan-keluhan terkait *service* yang telah dilakukan dan dapat menjadi bahan evaluasi kedepannya agar *service* yang dilakukan bisa lebih baik lagi. *Customer service* sebaiknya menangani keluhan pelanggan harus dapat menyampaikan pemecahan masalah dari keluhan pelanggan tersebut atau mentransfernya kepada pihak yang terkait dengan keluhan tersebut yang kemudian akan dilakukan respon penanganan keluhan tersebut secara cepat.

4. Langkah-langkah perbaikan kriteria penilaian (No. 4)

   Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor berpenampilan bersih dan rapih. Saran perbaikanya adalah diharapkan adanya pelatihan karyawan tentang penampilan yang bersih dan rapi, seperti setelah melakukan servis atau perbaikan karyawan mencuci tangan terlebih dahulu, sehingga pelanggan yang bersalaman tidak harus mencuci tangannya. Karena etika bersalaman setelah melakukan kegiatan juga masuk dalam kualitas pelayanan.

5. Langkah-langkah perbaikan kriteria penilaian (No. 5)

   Pada kriteria penilaian nomor 3 pelanggan menilai belum merasa aman pada saat berada di Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor. Untuk aspek nomor 5 diharapkan bagi pihak bengkel dapat

memberikan nomor penitipan, karena di bengkel sistem penitipanya hanya memasukan ke loker, sebaiknya diberikan kartu nomor agar lebih terjamin keamananya.

5.5.2. Langkah-langkah Perbaikan Prioritas II (Kuadran III IPA)

1. Langkah-langkah perbaikan kriteria penilaian (No. 1)

   Pada kriteria penilaian nomor 1 pelanggan menilai Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor belum memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor. Beberapa pertimbangan yang dapat dilakukan antara lain:

   a. Memberikan pelatihan kerja terlebih dahulu terhadap karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor, sebelum langsung menempatkan kerja. Terkadang praktek kerja dengan teori berbeda hasil.
   b. Bagi karyawan baru sebaiknya didampingi oleh karyawan yang sudah senior agar tercipta hasil yang diharapkan pelanggan.

2. Langkah-langkah perbaikan kriteria penilaian (No. 2)

   Ketika pelanggan membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki waktu luang untuk membantu pelanggan. Diharapkan karyawan lebih memperhatikan pelanggan dalam hal ini saat ada pelanggan baru diharapkan tidak tergesa-gesa dalam melayani pelanggan sehingga tau apa yang menjadi kerusakan motornya. Dan memberikan pelatihan kepada karyawan agar dapat menangani pelanggan lebih enak dan dengan waktu yang luang.

3. Langkah-langkah perbaikan kriteria penilaian (No.3)

Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan. Untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan melakukan pelatihan terhadap seluruh karyawan bengkel yang bertugas dalam melayani pelanggan secara langsung, misalnya adalah pelatihan mengenai pelayanan secara prima baik secara verbal maupun non verbal, pelatihan mengenai dasar-dasar pelayanan kepada pelanggan, melayani dengan ramah dan sopan, dan juga membantu pelanggan yang terlihat kebingungan yang dilakukan secara berkala setiap satu tahun sekali. Kemudian pihak bengkel juga dapat memberikan *reward* kepada karyawan bengkel dengan kinerja yang bagus agar mereka termotivasi untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Pelayanan yang ramah dan maksimal membuat pelanggan merasa nyaman dalam mendapatkan jasa tersebut.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan *Importance- performance Analysis* dan *Potential Gain In Customer Value* diketahui kriteria-kriteria yang masuk ke dalam perbaikan adalah :
   a. Kuadran 1 : P4, P7, P8, P10, P14.
   b. Kuadran 3 : P9, P13, P15

   Kriteria-kriteria penilaian yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan

kualitas layanannya akan di tentukan berdasarkan dari 2 kuadran di IPA yaitu kuadran I (*concentrate here*) dan kuadran III (*low priority*). kemudian dari masing-masing kuadran tersebut akan dianalisis sesuai dengan prioritas berdasarkan hasil perhitungan nilai PGCV. Kriteria peniliaian yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan layanannya sesuai dengan urutan prioritas berdasarkan nilai PGCV tertinggi adalah sebagai berikut (Kuadran I IPA):

a. Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor (P10) dengan nilai PGCV 2,2578
b. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor selalu bersikap sopan kepada Anda (P14) dengan nilai PGCV 2,193
c. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memperbaiki motor dengan cepat (P8) dengan nilai PGCV 2,1726
d. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor berpenampilan bersih dan rapih (P4) dengan nilai PGCV 2,1266
e. Keamanan penitipan barang terjamin (P7) dengan nilai PGCV 2,125.

Kriteria penilaian yang menjadi prioritas selanjutnya untuk ditingkatkan layanannya sesuai dengan urutan prioritas berdasarkan nilai PGCV tertinggi adalah sebagai berikut (kuadran III IPA) :

a. Karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor (P9) dengan nilai PGCV 2,1471
b. Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor memiliki waktu luang untuk membantu Anda (P13) dengan nilai PGCV 2,1216

c. Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan (P15) dengan nilai PGCV 2,115

2. Rekomendasi atau saran perbaikan kualitas pelayanan berdasarkan faktor-faktor yang menjadi prioritas perbaikan layanan adalah sebagai berikut :

Langkah-langkah perbaikan Pelayanan prioritas I:

a. Memberikan pelatihan kerja kepada kasir terlebih dahulu terhadap karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor, sebelum langsung menempatkan kerja sebagai kasir.
b. Karyawan kasir diberikan pelatihan tentang keuangan.
c. Melakukan pelatihan terhadap seluruh karyawan bengkel yang bertugas dalam melayani pelanggan secara langsung, misalnya adalah pelatihan mengenai pelayanan secara prima baik secara verbal maupun non verbal agar karyawan dapat merespon pelanggan dengan cepat.
d. Memberikan pelatihan untuk karyawan untuk meminimalisir keluhan pelanggan, dan memberikan kecepatan dalam memperbaiki motor pelanggan.
e. Pelatihan karyawan tentang penampilan yang bersih dan rapi
f. Pihak bengkel dapat memberikan nomor penitipan, karena di bengkel sistem penitipanya hanya memasukan ke loker, sebaiknya diberikan kartu nomor agar lebih terjamin keamananya

Saran perbaikan pelayanan prioritas II :

a. Memberikan pelatihan kerja terlebih dahulu terhadap karyawan Bengkel Yamaha Sumber Baru Motor, sebelum langsung menempatkan kerja
b. Sebaiknya didampingi oleh karyawan yang sudah senior agar tercipta hasil

yang diharapkan pelanggan

c. Memperhatikan pelanggan dalam hal ini saat ada pelanggan baru diharapkan tidak tergesa-gesa dalam melayani pelanggan sehingga tau apa yang menjadi kerusakan motornya.

6.2. Saran

Saran yang dapat dikemukakan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi bengkel/perusahaan untuk membantu menentukan strategi-strategi yang lebih berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

A, Usmara. 2003. *Strategi Baru Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: Amoro Book.

Anipiyani. 2005. *Analisis Kualitas Pelayanan yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen*. Jurnal Program Pascasarjana UPI.

Ardhana, Oldy. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Universitas Diponegoro Semarang.

Budi P, Effendi. 2009. *Rahasia Sukses Membangun dan Mengelola Bengkel / Toko Spare Part Motor.* Semarang: Dahara Prize.

Hom, Willard C. 1997. *Make Customer Service Analyces A Little Easier With The PGCV Index. Quality Progres Journal.*

Kharisma, Ninditya. 2010. *Analisis Keranjang Pasar Menggunakan Algoritma Predictive Apriori Untuk Menemukan Aturan Asosiasi Di Apotek Sehat Jaya.* Jurnal Fakultas Ilmu Komputer Dan Teknologi Universitas Gunadarma Bekasi.

Kotler dan Keller. 2008. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc.

Kotler, Philip dan Amstrong, Garry. 1996. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Kurniasari, Ardiana & Hadi, Cholicul. 2012. *Penilaian Kualitas Pelayanan Jasa Oleh Konsumen Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda AHASS.* Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya.

Kurniawan, Iwan. 2008. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan.* Jurnal Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Linus, David, Sarma, Tuti, Sinaga. Pujangkoro, Sugiharto. 2013. *Perancangan Perbaikan Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Analisis IPA Dan PGCV.* Jurnal Fakultas Teknik Universitas Sumatera Utara Medan.

Maming, Jumidah. 2011. *Pengaruh Kualitas Layanan, Orientasi layanan, Strategi Harga Dampaknya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas pelanggan Jasa Telekomunikasi di Makassar*. Jurnal Pascasarjana Universitas Hasanuddin Makassar.

Muhammad, Hendi. 2009. *Analisis Pengaruh Kualitas Hubungan Bisnis dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.

Nusaputra, Naufal. Choiri, Mochamad. L. Wijaya. N.S. 2014. *Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel Dengan Metode Servqual, IPA, Dan Indeks PGCV.* Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri Universitas Brawijaya Malang.

Parasuraman, A. A. Zeithaml, V., and L. Berry, L. 1995. "*A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implicationsfor Future Research". Journal Of Marketing. Vol. 49 (fall).*

Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas*. Yogyakarta: Ekonisia.

S. Supriyanto & Ernawati. 2010. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan.* Yogyakarta: Andi.

Singarimbun, Masri. 1989. *Metodologi Penelitian Survey.* Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

Sukwandi, Ronald & Jufira. 2015. *Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan TransJakarta dengan Menggunakan Metode IPA-PGCV*. Jurnal Fakultas Teknik Unversitas Katolik Indonesia Atma Jaya Jakarta.

Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Edisi Revisi 7* Jakarta: Rineka Pustaka.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
——————— 2005. Brand Management dan Strategy. Yogyakarta: Andi.

Yunus, Anwar & Djalal, Abdul. 2013. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perawatan Berkala Sepeda Motor dengan Menggunakan Metode IPA dan PGCV*. Jurnal Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

\

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

1. Identitas Responden

   Nama :

   Umur : Tahun

   Jenis Kelamin : (1) Laki-laki (2) Perempuan

   Pekerjaaan : (1) Pelajar (2) Mahasiswa/i (3) Pegawai Negeri

   (4) Wiraswasta (5) Lain-lain

2. Petunjuk

   Kami memohon kepada Anda untuk mengisi kuisioner tentang tingkat kepentingan pelayanan di bengkel Sumber Baru Motor guna

menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel Motor dengan Metode *Importance Performance Analisys* dan *Potential Gain In Customer Value.* Data yang Anda isikan akan kami jaga kerahasiaannya.

3. Cara pengisian : Berilah tanda checklist (√) pada jawaban yang Anda pilih.

Kriteria penilaian

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Penting (SP)	5
2.	Penting (P)	4
3.	Kurang Penting (KP)	3
4.	Tidak Penting (TP)	2
5.	Sangat Tidak Penting (STP)	1

Indikator tiap variabel kepuasan konsumen :

No.	Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*)	SP	P	KP	TP	STP
1.	Ruang tunggu bersih					
2.	Sperpart lengkap					
3.	Peralatan bengkel yang digunakan Bengkel Sumber Motor lengkap					
4.	Karyawan Sumber Motor berpenampilan bersih dan rapih					

No.	Variabel Jaminan (*Assurance*)	SP	P	KP	TP	STP
5.	Bengkel Sumber Motor memiliki jam buka yang pasti					
6.	Perbaikan yang dilakukan karyawan Bengkel Sumber Motor selalu sesuai kerusakan					

7.	Keamanan penitipan barang terjamin					

No.	Variabel Kehandalan (*Reliability*)	SP	P	KP	TP	STP
8.	Karyawan Bengkel Sumber Motor memperbaiki motor dengan cepat					
9.	Karyawan Bengkel Sumber Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor					
10.	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Sumber Motor					

No.	Variabel Daya Tanggap (*Responsivness*)	SP	P	KP	TP	STP
11.	Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan					
12.	Karyawan Bengkel Sumber Motor tidak membiarkan Anda berdiri lama ketika tempat penuh					
13.	Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Sumber Motor mmemiliki waktu luang untuk membantu Anda					

No.	Variabel Empati (*Empathy*)	SP	P	KP	TP	STP
14.	Karyawan Bengkel Sumber Motor selalu bersikap sopan kepada Anda					
15.	Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan					
16.	Karyawan Bengkel Sumber Motor memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang ststus sosial					

KUESIONER PENELITIAN

.

1. Identitas Responden

   Nama :

   Umur : Tahun

   Jenis Kelamin : (1) Laki-laki (2) Perempuan

   Pekerjaaan : (1) Pelajar (2) Mahasiswa/i (3) Pegawai Negeri

   (4) Wiraswasta (5) Lain-lain

2. Petunjuk

   Kami memohon kepada Anda untuk mengisi kuisioner tentang tingkat kepuasan pelayanan di bengkel Sumber Baru Motor guna menyelesaikan

skripsi dengan judul Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel Motor dengan Metode *Importance Performance Analisys* dan *Potential Gain In Customer Value.* Data yang Anda isikan akan kami jaga kerahasiaannya.

3. Cara pengisian : Berilah tanda checklist (√) pada jawaban yang Anda pilih.

Kriteria penilaian

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Puas (SP)	5
2.	Puas (P)	4
3.	Kurang Puas (KP)	3
4.	Tidak Puas (TP)	2
5.	Sangat Tidak Puas (STP)	1

Indikator tiap variabel kepuasan konsumen :

No.	Variabel Bukti Fisik (*Tangibles*)	SP	P	KP	TP	STP
1.	Ruang tunggu bersih					
2.	Sperpart lengkap					
3.	Peralatan bengkel yang digunakan Bengkel Sumber Motor lengkap					
4.	Karyawan Sumber Motor berpenampilan bersih dan rapih					

No.	Variabel Jaminan (*Assurance*)	SP	P	KP	TP	STP
5.	Bengkel Sumber Motor memiliki jam buka yang pasti					
6.	Perbaikan yang dilakukan karyawan Bengkel Sumber Motor selalu sesuai kerusakan					

7.	Keamanan penitipan barang terjamin					

No.	Variabel Kehandalan (*Reliability*)	SP	P	KP	TP	STP
8.	Karyawan Bengkel Sumber Motor memperbaiki motor dengan cepat					
9.	Karyawan Bengkel Sumber Motor memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor					
10.	Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Sumber Motor					

No.	Variabel Daya Tanggap (*Responsivness*)	SP	P	KP	TP	STP
11.	Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan					
12.	Karyawan Bengkel Sumber Motor tidak membiarkan Anda berdiri lama ketika tempat penuh					
13.	Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Sumber Motor mmemiliki waktu luang untuk membantu Anda					

No.	Variabel Empati (*Empathy*)	SP	P	KP	TP	STP
14.	Karyawan Bengkel Sumber Motor selalu bersikap sopan kepada Anda					
15.	Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan					
16.	Karyawan Bengkel Sumber Motor memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang ststus sosial					