
**KUALITAS PELAYANAN JASA MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL* DAN
*IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS***

Achmad Ariyanto¹, Renilaili,² Ch. Desi Kusmindari³

**Mahasiswa Universitas Bina Darma¹, Dosen Universitas Bina Darma², Dosen
Universitas Bina Darma³**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No.12, Palembang

e-mail : antoe2323@gmail.com, renilaili@binadarma.ac.id³

desi_christofora@binadarma.ac.id²

ABSTRAK : Dalam melayani kebutuhan pelanggan , bengkel ahass selalu ingin meningkatkan kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *Servqual dan IPA* yaitu *service quality* berguna untuk mengukur kualitas jasa dengan menggunakan kuesioner sedangkan *Importance performance analysis* berguna untuk mengukur kualitas jasa dengan perbandingan. Berdasarkan tujuan penelitian dan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut yaitu: Jika dilihat dari seluruh atribut pelayanan yang berjumlah dua puluh lima butir dengan lima dimensi diperoleh 15 gap yang memiliki nilai negatif. Gap negatif ini berkisar antara -0,01 hingga -0,27. Ini membuktikan bahwa pelayanan bengkel AHASS masih dibawah standar sebagaimana mestinya yang harus dilakukan oleh pihak manajemen dalam kegiatan jasanya. Berdasarkan hasil analisis dengan *Matriks Important-Performance Analysis (IPA)* yang dapat menggambarkan secara visual akan tingkat kepuasan pelanggan dan memperlihatkan pula prioritas perbaikan untuk atribut pelayanan.

Kata Kunci : *servqual*, Kepuasan pelanggan, Gap Analysis, Prioritas Perbaikan

ABSTRACT : *In serving the needs of ahass workshop customer always want to improve the quality of service by using servqual and ipa methods, namely service quality by using questionnaires, while importance performance analysis is useful to measure service quality by comparison, based on research objectives and research that has been done, it can be concluded that the following are: if seen from all service attributes that number twenty-five items with five gap dimensions that have a negative value. In serving customers needs, ahass workshop always want to improve the quality of service by using servqual and ipa methods, namely service quality is useful to measure service quality by using questionnaires while importance performance analysis is useful to measure. Then 5 dimensions are produced which are measured by spss, this negative gap ranges between -0.01 to -0.27.*

Keywords : *Servqual, ipa, Customer Satisfaction, Gap analysis*

1. PENDAHULUAN

Kualitas barang dan jasa semata-mata ditentukan oleh pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila perusahaan memberikan kualitas yang

baik. Mempunyai pelanggan yang puas sangat penting bagi perusahaan jasa, apalagi dengan adanya paradigma pemasaran yaitu *relationship high contact service* serta tingkat kompetisi yang tinggi.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang disarankan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja Pengguna metode *servqual* dianggap cukup tepat untuk menganalisis tingkat kualitas sebuah penyedia layanan jasa karena melibatkan lima dimensi kualitas jasa. Parasuraman (1990), mengemukakan bahwa ada lima dimensi pokok kualitas pelayanan jasa yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reability*), ketanggapan (*responsivines*), jaminan (*asurance*), dan empati (*emphaty*). Model *servqual* memang dirancang khusus untuk penyedia layanan jasa dan memandang kualitas jasa sebagai fungsi kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi pengguna, dan pada prinsipnya definisi kualitas jasa berprinsip pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pengguna (tjiptono,2002).

Sedangkan untuk membandingkan antar *expectation* (harapan) dengan *perceived performance* (kinerja perusahaan) dalam mengukur kepuasan pelanggan menggunakan metode IPA (Hidayatullah,2006). Selain itu juga dapat diketahui atribut yang buruk kinerjanya dan keluhan dari pelanggan, dari situ dapat ditentukan langkah perbaikan secara terencana mulai dari atribut-atribut yang dianggap penting namun kinerjanya masih buruk, sehingga pelanggan tetap menggunakan jasa Bengkel AHASS`

2. METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi Bengkel AHASS

Bengkel AHASS modern plaju terletak ditengah-tengah pasar plaju, Jalan Kapten Abdullah, Plaju Ilir, Kecamatan Plaju, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30119 Telp. 07114234233.

Fasilitas Bengkel AHASS

sesuai dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas. Sedangkan kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Ruangan tunggu yang sudah berkipas angin 4, buah kursi panjang, wifi, 3 buah meja pelayanan, televisi, 1 rak buku majalah dan koran.

Struktur Organisasi

Struktur organisasi Bengkel AHASS adalah berbentuk fungsional, sehingga wewenang atas pelaksanaan tugas setiap fungsi-fungsi diberikan sepenuhnya terhadap orang-orang yang bertanggung jawab atas fungsi tersebut.

3. HASIL DAN BAHASAN

Pengumpulan Data

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode *Servqual* dan *Importance Performance Analysis*.

Identifikasi Atribut

Sebelum mengukur kualitas pelayanan atau kepuasan pelanggan, peneliti terlebih dahulu menentukan atribut dari kualitas pelayanan tersebut. Untuk itu peneliti menentukan atribut pelayanan apa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan yang nantinya akan diuji tingkat kepentingan dan kepuasannya, pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan metode *Servqual*, dimana terdapat 5 dimensi kualitas pelayanan pada *Servqual*.

Penentuan dimensi dan atribut pelayanan ini, peneliti meminta masukan dan saran dari berbagai pihak terkait yang telah berkompeten dibidangnya, pihak tersebut antara lain :

1. Manager Marketing Bengkel AHASS
2. Manager Divisi Business Development Bengkel AHASS
3. Dosen Pembimbing Penelitian

Atribut tersebut adalah seperti berikut :

Tabel 1 Atribut - Atribut Pelayanan

Dimensi Servqual	Indikator	Sumber
Keadan dalam (Reliability)	Bengkel AHASS tepat waktu dalam menyerahkan dokumentasi admisnistrasi	Hasil saran dan wawancara pihak terkait (Manager Marketing, Manager Business Development, dan Dosen Pembimbing)
Daya Tanggap (Responsiveness)	Komitmen terhadap nasabah pada saat menghubungi kembali.	Hasil saran dan wawancara pihak terkait (Manager Marketing, Manager Business Development, dan Dosen Pembimbing)
Jaminan (Assurance)	Pengetahuan dan kemampuan petugas dalam menyelesaikan permasalahan pelanggan.	Hasil saran dan wawancara pihak terkait (Manager Marketing, Manager Business Development, dan Dosen Pembimbing)

Empati (Empathy)

Kesediaan petugas untuk dengan mudah bisa dihubungi konsumen.

Hasil saran dan wawancara pihak terkait (Manager Marketing, Manager Business Development, dan Dosen Pembimbing)

Wujud Fisik (Tangible)

21 Kestrategisa n lokasi gedung Bengkel mudah dijangkau oleh semua konsumen

Hasil saran dan wawancara pihak terkait (Manager Marketing, Manager Business Development, dan Dosen Pembimbing)

Penyusunan Kuesioner

Pengumpulan data kepuasan pelanggan didapatkan dengan metode kuisisioner dan wawancara. Kuisisioner tersebut disusun berdasarkan atribut-atribut yang telah disesuaikan dengan kebutuhan penilaian kepuasan pelanggan bengkel AHASS dan disesuaikan dengan pendapat para pakar yang berkompeten dan ahli dalam bidang ini. Kuisisioner ini memiliki 3 bagian penting, yakni bagian deskriptif dari responden, penilaian terhadap kepuasan pelanggan serta tingkat kepentingan. Atribut dari penilaian responden dan tingkat kepentingan adalah berjumlah 25 atribut yang masing masing

dibagi kedalam 5 skala sesuai dengan skala likert, yakni :

Tabel 2 Nilai Skala *Linkert* Tiap Atribut

Tingkat Persepsi	Nilai	Tingkat Ekspektasi
Sangat tidak puas	1	Sangat tidak penting
Tidak puas	2	Tidak penting
Cukup	3	Biasa
Puas	4	Penting
Sangat puas	5	Sangat penting

Metode ini digunakan untuk mengungkap data tentang kualitas pelayanan yakni membandingkan antara pelayanan aktual dari Bengkel AHASS.

Pengolahan Data

Sampel Responden

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan dijadikan objek pengambilan data, maka digunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1+N.e^2}$$

Di mana : n = Jumlah Sampel
 N = Jumlah Populasi
 e²= Batas Ketelitian yang

diinginkan

Diketahui :

N = 1600 (Jumlah konsumen per bulan)

e² = 10% = 0.10

Maka

$$n = \frac{N}{N.e^2+1} = \frac{1600}{1+1600(0.10)^2} = 100$$

(dibulatkan)

Dari perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian tingkat kepuasan pelayanan Bengkel AHASS yaitu 100 orang.

Karakteristik Responden

Berikut merupakan karakteristik responden yang didapat berdasarkan hasil penyebaran kuesioner.

1. Responden Menurut Jenis Kelamin

Dari 100 responden yang ada, maka dapat dipisahkan seperti pada table 4.3 berikut ini

Tabel 3 Data Responden Menurut Jenis Kelamin

Kategori	Jenis Kelamin	Jumlah	
		orang	%
1	Perempuan	45	45
2	Laki-laki	55	55
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer

diolah

Responden dari penyebaran kuesioner penelitian ini yaitu laki-laki sebanyak 55 orang atau sebesar 55%, sedangkan untuk jenis kelamin perempuan sebanyak 45 orang atau sebesar 45%.

2. Responden Menurut Umur

Dari 100 responden yang ada, berdasarkan umur dapat dipisahkan seperti pada table 4.4

Tabel 4 Data Responden Menurut Umur

Kategori	Umur	Jumlah	
		orang	%
1	21-25 tahun	15	15
2	26-30 tahun	17	17
3	31-35 tahun	24	24
Kategori	Umur	Jumlah	
		orang	%
4	36-40 tahun	32	32
5	41-45 tahun	12	12
5	>45 tahun	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer diolah

Responden pada bengkel AHASS menurut jenis kelamin yaitu umur 21-25 tahun sebesar 15%, 26-30 sebesar 17%, 31-35 sebesar 24%, 36-40 sebesar 32%, umur 41-45 sebesar 12%, dan untuk >45 tahun sebesar 0%.

Berdasarkan hasil perhitungan manual untuk atribut pertanyaan 1 sebesar 1,0002 untuk tingkat validitas. Untuk item atribut lainnya dilakukan menggunakan software SPSS dengan melihat angka *corrected item total correlation*. Angka ini

kemudian dibandingkan dengan angka tabel nilai kritis dari koefisien korelasi pearson, yaitu sebesar 0.1966 dengan $n=100$, yang artinya $df=98$ ($df=n-2$) dengan tingkat signifikansi 0.5 (95%). Data menunjukkan nilai corrected item-total correlation lebih besar dari 0.1966 maka item pertanyaan ke-1 tersebut dinyatakan valid dan bisa digunakan dalam penelitian. Berikut merupakan hasil rekapan dari uji validitas.

Tabel 5 Reakpitulasi Hasil Uji Validitas

Nomor Atribut	R hitung	R table	Keterangan
1	1,0002	0,1966	Valid
2	0,996	0,1966	Valid
3	0,996	0,1966	Valid
4	0,996	0,1966	Valid
5	0,996	0,1966	Valid
6	0,996	0,1966	Valid
7	0,996	0,1966	Valid
8	0,996	0,1966	Valid
9	0,996	0,1966	Valid
10	0,996	0,1966	Valid
11	0,996	0,1966	Valid
12	0,996	0,1966	Valid
13	0,996	0,1966	Valid
14	0,996	0,1966	Valid
15	0,996	0,1966	Valid
16	0,996	0,1966	Valid
17	0,996	0,1966	Valid
18	0,996	0,1966	Valid
19	0,996	0,1966	Valid
20	0,996	0,1966	Valid
21	0,996	0,1966	Valid
Nomor Atribut	R hitung	R table	Keterangan
22	0,996	0,1966	Valid
23	0,996	0,1966	Valid
24	0,996	0,1966	Valid
25	0,996	0,1966	Valid

Sumber : Pengolahan Data

Berdasarkan penelitian ini, dari 25 atribut pertanyaan dinyatakan seluruhnya valid sehingga tidak ada pengurangan atribut pertanyaan apapun.

Uji reliabilitas yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach's Alpha diperoleh Alpha sebesar 0.873.

Tabel 6 Data Hasil Uji Reliabilitas

Kuisisioner Menggunakan SPSS

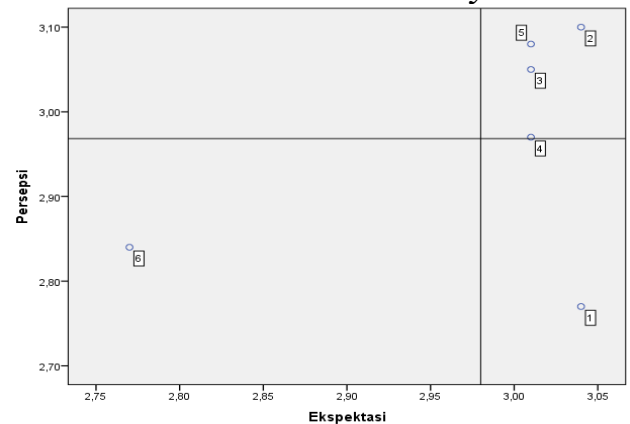
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,996	25

Menurut Arikunto (2002) seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, koefisien reliabilitas tersebut tergolong tinggi sehingga instrumen memenuhi syarat valid dan reliabel.

Analisis Metode IPA

Analisis Matriks Dimensi Reliability



Grafik 1 Diagram Kartesius Dimensi Reliability

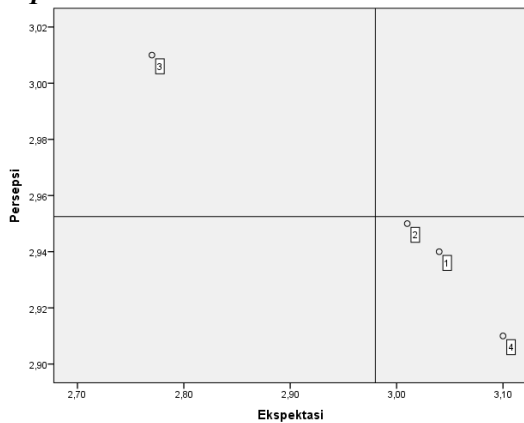
Pada dimensi *reliability* ini terdapat 6 atribut pelayanan yaitu R1, R2, R3 R4, R5, dan R6 diagram diatas dapat terlihat bahwa atribut pelayanan R1 dan R4 yaitu Bengkel AHASS tepat waktu dalam menyerahkan dokumentasi admisnistrasi dan Kecepatan dan ketepatan waktu penyelesaian complain berada di kuadran IV. Ini menggambarkan atribut tersebut dianggap tidak terlalu penting dimata pelanggan namun dirasakan cenderung berlebihan.

Atribut pelayanan R6 yaitu Kecepatan memberikan informasi atau penawaran-penawaran kepada konsumen.berada di kuadran III yang dianggap kurang penting oleh pelanggan

tetapi kenyataannya atribut pelayanan tersebut biasa saja dan tidak istimewa dimata pelanggan. Atribut R6 ini ini dapat dipertimbangkan dihilangkan dihilangkan karena pengaruhnya terhadap yang dirasakan pelanggan amat kecil.

Sedangkan atribut pelayanan R2, R3, R5 yakni kecepatan dan ketepatan waktu (sesuai janji) aplikasi pendaftaran perbaikan, Ketepatan dalam memenuhi standar layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen, dan Kecepatan/kemudahan mencari dan menemukan informasi jasa-jasa perbaikan yang ditawarkan berada pada kuadran II yang berarti atribut pelayanan ini dianggap penting oleh pelanggan dan kenyataannya sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Management berkewajiban memastikan bahwa kinerja pada atribut pelayanan ini dapat terus dipertahankan atas keberhasilan yang telah dicapai.

Analisis Matriks Dimensi Responsiveness



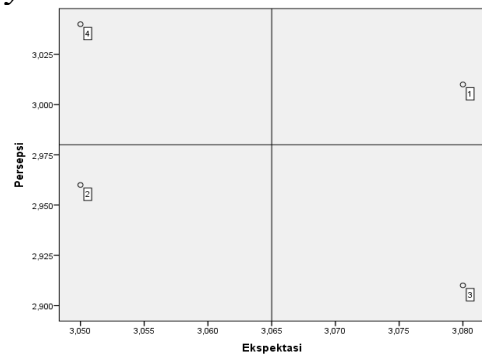
Grafik 2 Diagram Kartesius Dimensi *Reliability*

Pada dimensi *responsiveness* ini terdapat 4 atribut pelayanan yaitu R1, R2, R3 dan R4, diagram diatas dapat terlihat bahwa atribut pelayanan R1, R2, dan R4 yaitu komitmen terhadap nasabah pada saat menghubungi kembali, kesiap-siagaan petugas untuk melayani konsumen dengan segera, dan keseriusan/kesungguhan petugas administrasi saat menjalankan

tugas melayani konsumen berada di kuadran IV. Ini menandakan atribut pelayanan dari R1, R2, R4 dianggap tidak terlalu penting dimata pelanggan namun dirasakan cenderung berlebihan. Atribut ini dapat dipertimbangkan untuk dikurangi atau bahkan dihilangkan agar pengalokasian sumber daya bisa lebih difokuskan kepada atribut lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi

Pada atribut pelayanan R3 yaitu keseriusan/kesungguhan petugas dalam menanggapi keluhan konsumen. berada di kuadran I. Atribut pelayanan pada kuadran ini merupakan prioritas untuk perbaikan. Ini menggambarkan atribut tersebut perlu ditingkatkan kualitasnya sesuai dengan tingkat ekspektasi pelanggan karena faktor ini dianggap penting oleh pelanggan namun performanya dirasakan kurang oleh pelanggan. Hal ini bisa terjadi karena banyak faktor, mulai dari kurang pedulinya karyawan yang melaksanakan pekerjaan dibidang ini, ataupun ketidak mampuan karyawan diakibatkan kurangnya sumber daya manusia yang ditugaskan untuk pekerjaan ini. Solusinya bisa dengan mentraining kembali pekerjaanya

Analisis Matriks Dimensi Emphaty



Grafik 3 Diagram Kartesius Dimensi *Emphaty*

Pada dimensi *emphaty* ini terdapat 4 atribut pelayanan yaitu E1, E2, E3 dan

E4 diagram diatas dapat terlihat bahwa atribut pelayanan E3 yaitu karyawan perusahaan mampu menjawab pertanyaan konsumen secara jelas di kuadran IV. Ini menandakan atribut pelayanan dari E3 dianggap tidak terlalu penting dimata pelanggan namun dirasakan cenderung berlebihan. Atribut ini dapat dipertimbangkan untuk dikurangi atau bahkan dihilangkan agar pengalokasian sumber daya bisa lebih difokuskan kepada atribut lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi

Pada atribut pelayanan E4 yaitu saat berkomunikasi dengan nasabah terdapat keseriusan dan perhatian petugas terhadap permasalahan dan keinginan konsumen berada di kuadran I. Atribut pelayanan pada kuadran ini merupakan prioritas untuk perbaikan. Ini menggambarkan atribut tersebut perlu ditingkatkan kualitasnya sesuai dengan tingkat ekspektasi pelanggan karena faktor ini dianggap penting oleh pelanggan namun performanya dirasakan kurang oleh pelanggan. Hal ini bisa terjadi karena banyak faktor, mulai dari kurang cakupannya karyawan untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Sedangkan atribut pelayanan E1 yakni kesediaan petugas untuk dengan mudah bisa dihubungi konsumen berada pada kuadran II yang berarti atribut pelayanan ini dianggap penting oleh pelanggan dan kenyataannya sudah sesuai dengan harapan pelanggan. Management berkewajiban memastikan bahwa kinerja pada atribut pelayanan ini dapat terus dipertahankan atas keberhasilan yang telah dicapai.

Atribut pelayanan E2 yaitu sikap dan kejelasan bicara petugas saat berkomunikasi dengan konsumen berada di kuadran III yang dianggap kurang penting oleh pelanggan tetapi kenyataannya atribut pelayanan tersebut biasa saja dan tidak istimewa dimata pelanggan. Atribut E2 ini ini dapat

dipertimbangkan dihilangkan dihilangkan karena pengaruhnya terhadap yang dirasakan pelanggan amat kecil.

4. SIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian dan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut yaitu:

1. Jika dilihat dari seluruh atribut pelayanan yang berjumlah dua puluh lima butir dengan lima dimensi diperoleh 15 gap yang memiliki nilai negatif. Gap negatif ini berkisar antara -0,01 hingga -0,27. Ini membuktikan bahwa pelayanan bengkel AHASS masih dibawah standar sebagaimana mestinya yang harus dilakukan oleh pihak manajemen dalam kegiatan jasanya.
2. Berdasarkan hasil analisis dengan *Matriks Important-Performance Analysis (IPA)* yang dapat menggambarkan secara visual akan tingkat kepuasan pelanggan dan memperlihatkan pula prioritas perbaikan untuk atribut pelayanan. Dari dua puluh lima atribut pelayanan yang ada, terdapat beberapa butir atribut pelayanan yang harus menjadi prioritas perbaikan. Prioritas perbaikan kinerja pelayanan yang diusulkan meliputi kestrategisan lokasi gedung bengkel mudah dijangkau oleh semua konsumen, pakaian seragam dan kerapian penampilan semua petugas bengkel, saat berkomunikasi dengan nasabah tidak terdapat keseriusan dan perhatian petugas terhadap permasalahan dan keinginan konsumen.
3. Usulan perbaikan yang bisa diberikan untuk perusahaan salah satunya yaitu untuk memberikan pelatihan karyawan guna

meningkatkan kemampuan yang ada.

Sinulingga Sukaria.2008. Pengantar Teknik Industri

DAFTAR RUJUKAN

Agung Budiono.2014 “*Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Bengkel Mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa.Bandung*”
Jurusan Magister
Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.

Berry,L.B, Zeithaml, V.A, & Parasuraman,A. (1985). *A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal Of Marketing.*

Galuh Krisna Dewanti.2017. “*Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan Bengkel Motor ABC.*Jurusan Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Indraprasta PGRI”

Mayang Delima, Diana Puspitasari.2011. “*Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel CS Knalpot Semarang*”
Jurusan Teknik Industri
<https://www.google.co.id/search?q=struktur+organisasi+di=bengkel+ahass.htm>.

Ratminto.2010. “*Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual Penerapan Citizen’s Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*”

Winarsih Atik Septi. 2010. “*Manajemen Pelayanan Pengembangan Model Konseptual. Penerapan Citizen’s Charter Dan Standar Pelayanan Minimal*”