

**ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN  
METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*  
(STUDI KASUS BENGKEL MOTOR HONDA AHASS SUMBER  
SENTOSA LOMBOK)**

**TUGAS AKHIR**

**Diserahkan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Strata-1  
Pada jurusan Teknik industri Fakultas Teknologi Industri**



**Oleh:**

**Nama : Wahyu Rio Aji Franata**

**Nomor Mahasiswa : 13522082**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INSUDTRI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2019**

## LEMBAR PERNYATAAN

### LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali ringkasan yang sumbernya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual, maka saya bersedia ijazah yang saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, Oktober 2019



Wahyu Rio Aji Franata  
NIM. 13522082

## LEMBAR PENELITIAN



**AHASS 0731**  
**SUMBER SENTOSA**  
Alamat: Jl. A.A. Gde Ngurah (Abian Tubuh)  
Mataram, Lombok, Nusa Tenggara Barat, 83232  
Telp. +62 370 633528 / HP. 08122848062



### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Mekanik AHASS 0731 Sumber Sentosa Mataram Lombok NTB menyatakan bahwa:

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa :

Nama : Wahyu Rio Aji Franata  
No Mhs : 13522082  
Fakultas : Teknologi Industri  
Universitas : Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

Telah melakukan penelitian skripsi yang berjudul "**ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE (IPA)** (Studi Kasus Bengkel Motor Honda Ahass 0731 Sumber Sentosa Lombok)" di Bengkel Motor Honda Ahass 0731 Sumber Sentosa Mataram Lombok NTB. Penelitian yang dilakukan pada tanggal 27 Februari s.d 7 Maret 2019.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Lombok, 8 Maret 2019

Kepala Mekanik  
  
Yadi Effendi

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN  
METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALISYS (IPA)  
(STUDI KASUS BENGKEL MOTOR HONDA AHASS  
SUMBER SENTOSA LOMBOK)



Yogyakarta, Mei 2019  
Mengetahui,

البحث الإسلامي الإندونيسي

Dosen pembimbing

Hudaya, H. Ir, MM

**LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI**

**ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE  
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALISYS (IPA)  
(STUDI KASUS BENGKEL MOTOR HONDA AHASS SUMBER SENTOSA  
LOMBOK)**

**TUGAS AKHIR**

Oleh

Nama : Wahyu rio aji franata  
No. Mahasiswa : 13522082

Telah dipertahankan di depan sidang penguji sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri  
Yogyakarta, Oktober 2019

Tim Penguji

Ir. Hudaya, MM  
Ketua

Wahyudhi Sutrisno, ST, MM.  
Anggota I

Chancard Basumerda, S.T., M.Sc.  
Anggota II

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Teknik Industri  
Universitas Islam Indonesia



Dr. Taufiq Immawan, S.T.,M.M.



Handwritten signatures of the examiners: Ir. Hudaya, MM; Wahyudhi Sutrisno, ST, MM.; and Chancard Basumerda, S.T., M.Sc.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Kupersembahkan karya ini untuk bapak Mahrup dan Wiratna sebagai kedua orangtua saya,, serta sahabat-sahabat yang ada didekat saya dan keluarga Teknik Industri 2013 yang selalu memberi doa, dukungan dan semangat yang tiada hentinya.*

*Bapak Huda yang telah banyak membimbing, membantu, dan memberi pelajaran selama dalam masa perkuliahan ini hingga Tugas Akhir ini selesai. Semoga apa yang saya kerjakan setelah ini bisa memberi kebanggaan tersendiri bagi Bapak.*

*Terima kasih dan doa selalu ku ucapkan untukmu keluarga ku yang kucinta dan tersayang. Terima Kasih untuk semua semangat, ilmu, pengalaman, dan bantuannya yang telah diberikan.*

*Semoga Allah SWT menjadikan kita semua hamba yang berilmu dan beramal soleh*

*Aamin*

## MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ  
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

.....Allah pasti akan mengangkat orang-orang yang beriman dan berpengetahuan di antaramu beberapa tingkat lebih tinggi. Allah Maha mengetahui segala yang kamu lakukan.

(Q.S. Al-Mujaadalah : 11)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ

“Karena sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan.” (QS. Al-Insyirah: 5-6)

Barang siapa menginginkan kebahagiaan didunia , maka haruslah dengan ilmu, barang siapa yang menginginkan kebahagiaan di akhirat haruslah dengan ilmu, dan barang siapa yang menginginkan kebahagiaan pada keduanya , maka haruslah dengan ilmu”

(HR. ibn Asakir)

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, Puji dan Syukur atas kekuatan yang diberikan Allah padaku untuk bisa berjuang menyelesaikan amanah dan segala kewajibanku sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE (IPA)* (STUDI KASUS BENGKEL BENGKEL MOTOR HONDA AHASS SUMBER SENTOSA LOMBOK)”. Tugas Akhir ini tersusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Teknologi Industri. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan yang penulis miliki. Terima kasih atas segala kritik dan saran yang bersifat membangun yang telah dan akan penulis terima.

Penyusunan tugas akhir ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri.
2. Bapak Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M. selaku ketua Prodi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Ir. Hudaya, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang memberi masukan dan nasehat dalam mengerjakan Tugas Akhir.



4. Kedua orang tua saya, Mahrup dan Wiratna atas limpahan kasih sayang, doa dan dorongannya selama ini.
5. Kakak dan Adik saya beserta keluarga saya yang selalu memberikan nasehat dan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Teman angkatan 2013 dan teman-teman Lombok yang selalu menemani keseharian penulis dalam menjalani hidup diperantauan.
7. Seluruh manajer dan karyawan Ahas Sumber Sentosa Lombok yang telah membantu jalannya dalam mengerjakan Tugas Akhir.
8. Semua pihak yang penyusun tidak bisa sebutkan satu persatu yang telah memberi masukan-masukan dan bantuan guna penyelesaian skripsi ini.

Semoga segala amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan rahmat dan karunia dari Allah SWT, Amien. Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang berkepentingan.

Yogyakarta, Oktober 2019  
Penulis,

Wahyu Rio Aji Franata

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui apakah kinerja perusahaan sudah sesuai dengan kepentingan pelanggan dan memberikan Rekomendasi apa saja yang perlu diberikan untuk perbaikan kualitas pelayanan Bengkel Ahass Sumber Sentosa Lombok.

Metode penelitian yaitu metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok. Sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenis *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Sumber Data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis data menggunakan IPA.

Hasil penelitian menunjukkan diagram scater *Importance- performance Analysis* dapat diketahui kriteria-kriteria yang masuk ke dalam 4 buah kuadran IPA yaitu sebagai berikut :Kuadran 1 : P6, P9, P2, P7, P14, P15, P21. Kuadran 2 : P3, P1, P10, P16, P20, Kuadran 3 : P5, P17, P12, P19, Kuadran 4 : P8, P13, P18, P11.

Kata Kunci. Kualitas Pelayanan, IPA, Ahass Sumber Sentosa

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PENELITIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN LITERATUR .....</b>	<b>7</b>
2.1. Kajian Teoritis .....	7
2.1.1. Kualitas Pelayanan.....	7
2.1.2. Kepuasan Pelanggan .....	10
2.1.3. Target Pengukuran Kepuasan .....	10
2.1.4. Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	11
2.1.5. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	14
2.2. Kajian Empiris .....	18
2.2.1. Kajian Terdahulu .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>

3.1. Objek dan Lokasi Penelitian .....	21
3.2. Populasi dan Sampel .....	21
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	21
3.3.1. Jenis Data .....	21
3.3.2. Sumber Data.....	21
3.4. Metode Pungumpulan Data .....	22
3.5. Metode Analisa Data .....	23
3.5.1. Uji Kecukupan Data.....	23
3.5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	24
3.6. Alur Penelitian .....	25
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>	<b>29</b>
4.1. Gambaran Umum Ahass Sumber Sentosa .....	29
4.2. Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	30
4.2.1. Uji Analisis Validitas dan Reliabilitas tingkat Kepentingan .....	30
4.2.2. Uji Analisis Validitas dan Reliabilitas tingkat Kinerja.....	33
4.3. Deskriptif Karakteristik Responden .....	36
4.3.1. Karakteristik Responden Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.3.2. Karakteristik Responden Karyawan Berdasarkan Umur .....	36
4.3.3. Karakteristik Responden Karyawan Berdasarkan Pendidikan.....	37
4.3.4. Karakteristik Responden Karyawan Berdasarkan Pekerjaan .....	37
4.4. Analisis Deskriptif Variabel .....	38
4.4.1. Deskriptif Tingkat Kepentingan ( <i>importance</i> ).....	39
4.4.2. Deskriptif Tingkat Kinerja ( <i>Performance</i> ) .....	40
4.5. Analisis Importance Performance Analysis.....	42
4.5.1. Kuadran 1 (Prioritas Utama).....	47

4.5.2. Kuadran 2 (Pertahankan Prestasi).....	47
4.5.3. Kuadran 3 (Prioritas Rendah) .....	48
4.5.4. Kuadran 4 (Berlebihan).....	48
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
5.1. Analisis Pembahasan .....	50
5.2. Saran Perbaikan Kualitas Layanan .....	53
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>56</b>
6.1. Kesimpulan .....	56
6.2. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Diagram Kartesius.....	18
Gambar 3.1. Alur Penelitian.....	27
Gambar 4.1. Diagram Kartesius.....	48

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4.1 Uji Validitas <i>Tangible</i>.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabel 4.2 Uji Validitas <i>Assurance</i> .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 4.3 Uji Validitas <i>Reliability</i> .....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 4.4 Uji Validitas <i>Responsive</i> .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 4.5 Uji Validitas <i>Emphaty</i> .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 4.6 Reliabilitas.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4.7 Uji Validitas <i>Tangible</i> .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4.8 Uji Validitas <i>Assurance</i>.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4.9 Uji Validitas <i>Reliability</i> .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4.10 Uji Validitas <i>Responsive</i>.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4.11 Uji Validitas <i>Emphaty</i> .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4.12 Reliabilitas.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4.13 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin...</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4.14 Karakteristik Responden berdasarkan Umur.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4.15 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4.16 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4.17. Deskriptif Statistik .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4.18 Variabel <i>Tangible</i> .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4.19 Variabel <i>Assurance</i>.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4.20 Variabel <i>Reliability</i> .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4.21 Variabel <i>Responsive</i> .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4.22 Variabel <i>Emphaty</i> .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4.23 Variabel <i>Tangible</i> .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4.24 Variabel <i>Assurance</i> .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4.25 Variabel <i>Reliability</i> .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4.26 Variabel <i>Responsive</i> .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4.27 Variabel <i>Emphaty</i> .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4.28. Tingkat Kesesuaian .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 5.1. Analisis Pembahasan Kuadran I .....</b>	<b>50</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan industri otomotif di Indonesia belakangan ini sangatlah pesat. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kendaraan bermotor. Sepeda motor merupakan alat transportasi primadona bagi sebagian besar masyarakat Indonesia yang sangat dibutuhkan bagi masyarakat di Indonesia. Untuk itu, Sepeda motor tersebut memerlukan perawatan atau perbaikan. Perawatan dan perbaikan tersebut harus dilakukan agar umur pakai kendaraan lebih panjang atau paling tidak sama dengan umur pakai yang telah diprediksikan oleh pabrik si pembuat kendaraan.

Untuk merawat atau memperbaiki kendaraannya konsumen membutuhkan sarana dan prasarana perbengkelan sehingga kendaraan tersebut tetap layak pakai dan berperformansi seperti kendaraan baru. Peningkatan jumlah penyedia jasa perbengkelan atau jasa servis motor menimbulkan persaingan ketat terutama antar dealer resmi yang bekerja sama dengan merk-merk sepeda motor tertentu yang saling bersaing untuk mendapatkan konsumen. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak jasa servis motor resmi bermunculan dan saling bersaing untuk mendapatkan konsumen dengan merk motor yang sama.

Salah satu jasa servis motor Ahas Sumber Sentosa Lombok. Ahas Sumber Sentosa Lombok adalah salah satu dealer dan bengkel resmi sepeda motor merek Honda. Bengkel sepeda motor Honda Ahas Sumber Sentosa dapat dikatakan bengkel yang pengunjungnya ramai setiap hari karena lokasinya yang strategis. Suasana bengkel yang nyaman dengan ciri khas yang dimilikinya. Bengkel Ahas Sumber Sentosa selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya.

Berdasarkan data yang diperoleh dari manajemen Honda Ahas Sumber Sentosa, terjadi penurunan pelanggan pada 3 bulan terakhir mengalami fluktuasi pada bulan Juni mengalami kenaikan pelanggan tetapi pada bulan Juli mengalami



penurunan pelanggan. Berikut data pelanggan bengkel Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok:

Tabel 1. Data Pelanggan Bengkel Honda Ahass Sumber Sentosa

Bulan	Jumlah Pelanggan
Mei	1550
Juni	1720
Juli	1452

Sumber: Bengkel Honda Ahass Sumber Sentosa, 2018

Berdasarkan data pelanggan yang didapat pada bulan Mei pelanggan bengkel Honda Ahass Sumber Sentosa sebesar 1550 orang, bulan juni penjualan sebesar 1720 orang dan bulan juli penjualan sebesar 1452 orang. Dari data pelanggan diatas terjadi fluktuasi pada tiga bulan terakhir pelanggan yang datang ke bengkel Honda Ahass Sumber Sentosa.

Manajemen juga menjelaskan terdapat beberapa keluhan yang didapat dari pelanggan tentang pelayanan dari bengkel Honda Ahass Sumber Sentosa. Beberapa keluhan tersebut antara lain yaitu komponen yang diservis belum satu minggu sudah kembali bermasalah, ruang tunggu yang kotor, penyaranan penggantian spare part tanpa pemberian penjelasan penyebab yang jelas, dan lamanya proses servis. Keluhan-keluhan tersebut apabila dibiarkan maka dapat menyebabkan berkurangnya jumlah pelanggan dari bengkel ini. Oleh karena itu, untuk dapat bersaing dan meningkatkan bisnisnya, manajemen perlu melakukan peningkatan kualitas layanan bengkel. Manajemen perlu mengetahui seperti apa kualitas layanan bengkel kini untuk meningkatkan kualitas layanan bengkel dengan melihat persepsi yang diterima pelanggan dan mengetahui seperti apa kualitas layanan yang diinginkan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, proses produksinya mungkin juga dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan produk fisik. Terdapat Lima dimensi pokok suatu kualitas jasa model *service quality* yaitu 1) Tampilan Elemen Fisik/Berwujud (*Tangible*). 2) Keandalan (*Reliability*). 3) Daya Tanggap

(*Responsiveness*) 4) Jaminan/Keyakinan (*Assurance*), dan 5) Empati (*Emphaty*) (Kotler, 2012).

Penelitian ini menggunakan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA) yaitu suatu metode yang di gunakan untuk melihat tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok dan untuk melihat harapan pelanggan terhadap pelayanan bengkel.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti penelitian yang berjudul “ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALISYS (IPA)* (STUDI KASUS BENGKEL MOTOR HONDA AHASS SUMBER SENTOSA LOMBOK)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

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

1. Apakah kinerja perusahaan sudah sesuai dengan kepentingan pelanggan?
2. Rekomendasi apa saja yang perlu diberikan untuk perbaikan kualitas pelayanan Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok?

## **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 motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok.
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 kinerja perusahaan sudah sesuai dengan kepentingan pelanggan.
2. Memberikan Rekomendasi apa saja yang perlu diberikan untuk perbaikan kualitas pelayanan Bengkel Ahass Sumber Sentosa Lombok.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

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

a. 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.

b. 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.

c. 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.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Untuk memudahkan penulisan, pembahasan dan penilaian tugas akhir ini, maka dalam pembuatannya akan dibagi menjadi beberapa bab dengan sistematika 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, kuisioner, model sampling, uji validitas, uji reliabilitas, metode *Importance Performance Analysis (IPA)*.

### **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)* 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.

## **BAB II**

### **KAJIAN LITERATUR**

#### **2.1 Kajian Teoritis**

##### **2.1.1. Kualitas Pelayanan**

Yamit (2002) menjelaskan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. Kualitas pelayanan dapat didefinisikan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Nasution, 2004).

Nasution (2004) menjelaskan kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kotler (2012) menjelaskan Pelayanan (*service*) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Tjiptono (2006) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived value*).

Pelayanan dapat dikatakan berkualitas atau memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Apabila masyarakat tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak berkualitas atau tidak efisien. Karena itu, kualitas pelayanan sangat penting dan selalu fokus kepada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan akan berhubungan erat dengan hubungan langsung antara pemberi jasa pelayanan dengan pelanggan baik secara individu maupun secara organisasi. Hal tersebut membutuhkan pelayanan prima (*service excellence*) dari pemberi jasa pelayanan. Kualitas itu sendiri menurut Kotler (2012), harus dimulai dari kebutuhan pelanggan

dan berakhir pada persepsi dari pelanggan juga. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa tetapi berdasarkan sudut pandang dan persepsi dari penerima jasa (pelanggan).

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2006). Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) (Usmara, 2003). 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 barang yang ditawarkan oleh suatu perusahaan (Tjiptono, 2006). Ukuran kualitas sangat bervariasi dan cenderung berubah sepanjang waktu. Bahkan setiap orang kadang memiliki persepsi sendiri mengenai kualitas suatu produk (Tjiptono, 2006).

Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati pelayanan perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas jasa (Kotler, 2012). 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.

Konsep *servqual* digunakan untuk menghitung gap antara persepsi konsumen terhadap jasa dan nilai ekspektasi atau harapan.

Berikut persamaanya:

$$Q = P (\textit{perceived service}) - E (\textit{Expected service})$$

Keterangan:

Q = Kualitas Pelayanan

P = *Perceived service* atau persepsi akan layanan

E = *Expected service* atau harapan akan layanan.

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) (Tjiptono, 2006).

Menurut Kotler (2012) mengacu kepada beberapa indikator terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut, yaitu:

- a. Keandalan (*Reliability*): suatu kemampuan dalam memenuhi janji (tepat waktu, konsisten, kecepatan dalam pelayanan) merupakan suatu hal yang penting dalam pelayanan. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan terkait dan mencerminkan kredibilitas perusahaan dalam pelayanan.
- b. Bukti langsung (*tangibles*): penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Penampilan fisik pelayanan (seperti penampilan fisik, perlatan), karyawan, dan komunikasi akan memberikan warna dalam pelayanan pelanggan.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*): suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan, membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- d. Jaminan (*assurance*): pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.



- e. Empati (*empathy*): memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan konsumen.

### 2.1.2 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler (2012) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Lovelock dan Wright (2007) menyatakan bahwa, kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka, dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Kepuasan dipengaruhi oleh perbandingan layanan yang dipahami dengan pelayanan yang diharapkan, dan sebagai reaksi emosional jangka pendek pelanggan terhadap kinerja pelayanan tertentu. Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Yuliarmi dan Riyasa (2007) adalah:

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis
3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.

### 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, 2006):

- 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 perception*)  
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. Kesiediaan untuk merekomendasi (*Willingness to Recommend*)  
Kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan 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 mouth* yang negatif dan *defections*.

#### **2.1.4. Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Kotler (2012) 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 dijangkau 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 mengatasi 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 Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok 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*). Teknik ini dikenal pula dengan istilah importance-performance analysis.

#### **2.1.5. Importance Performance Analysis (IPA)**

Menurut Wijaya (2011) *Importance Performance Analysis (IPA)* merupakan prosedur dalam menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan serta produknya. Metode IPA mengkombinasikan pengukuran dimensi performance (kinerja) dengan importance (kepentingan) ke dalam dua grid, kemudian kedua dimensi tersebut diplotkan ke dalamnya. Nilai kepentingan sebagai sumbu vertikal dan nilai kinerja sebagai sumbu horizontal dengan menggunakan nilai rata-rata yang terdapat pada dimensi kepentingan dan kinerja sebagai pusat pemotongan garis.

Terdapat empat kuadran pada metode IPA, dimana tiap kuadran dapat memberikan informasi manajemen atau strategi layanan diantaranya (Huang et al., 2006):

- a. Kuadran Pertama (Perusahaan harus mempertahankan kondisi ini) Tingkat kepentingan dari pelanggan pada atribut layanan tinggi dan kinerja perusahaan juga tinggi.
- b. Kuadran Kedua (Perusahaan harus segera meningkatkan kinerja layanan mereka) Tingkat kepentingan dari pelanggan pada atribut layanan tinggi, namun kinerja perusahaan rendah.
- c. Kuadran Ketiga (Perusahaan mengurangi atau menghentikan sumber daya mereka dengan atribut layanan tertentu) Tingkat kepentingan dari pelanggan pada atribut layanan dan kinerja perusahaan rendah.
- d. Kuadran Keempat (Apabila perusahaan mempunyai sumber daya terbatas, perusahaan dapat mengalihkan sumber daya pada atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi)

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 prioritas 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 konsumen 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 skala Likert, yaitu apakah menurut pelanggan hal tersebut penting dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana 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 hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan.

Dari hasil penilaian terhadap tingkat kepentingan dan hasil penilaian dari kinerja/penampilan 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/pelaksanaan 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 variabel yang mewakili oleh huruf  $X$  dan  $Y$ , dimana  $X$  merupakan tingkat kinerja/realita perusahaan yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan, sedangkan  $Y$  merupakan tingkat kepentingan/ekspektasi pelanggan.

Rumus yang digunakan adalah :

$$T_{ki} = \frac{\bar{X}_i}{\bar{Y}_i} \times 100\% \quad (1)$$

Dengan :

$T_{ki}$  = Tingkat kesesuaian responden

$\bar{X}_i$  = Skor rata-rata penilaian kinerja/realita perusahaan

$\bar{Y}_i$  = Skor rata-rata penilaian kepentingan/ekspektasi pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar ( $X$ ) akan diisi oleh skor tingkat kinerja bengkel Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok, sedangkan sumbu ( $Y$ ) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan dengan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad (2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (3)$$

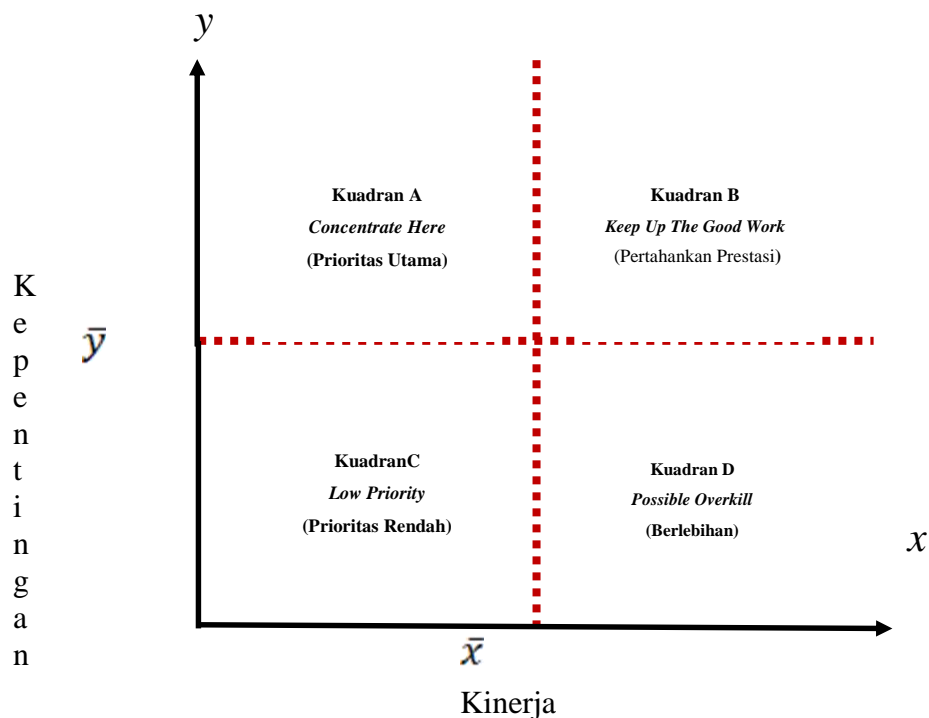
Dengan :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kinerja/realita

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan /ekspektasi

$n$  = Jumlah responden

Diagram Kartesius merupakan suatu bangunan atas empat bagian yang batasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik ( $X, Y$ ). 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. Penjelasan secara singkat dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Diagram Kartesius

#### a. Kuadran A

Pada posisi ini, jika dilihat dari kepentingan konsumen, atribut-atribut 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 meningkatkan kepuasan konsumen yang berarti pula bahwa atribut-atribut ini perlu di-manage agar kepuasan konsumen dapat diraih.



**b. Kuadran B**

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 konsumen.

**c. Kuadran C**

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 D**

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

**2.2. Kajian Empiris****2.2.1. Kajian Terdahulu**

Penelitian tentang usulan peningkatan kualitas pelayanan ini telah banyak dilakukan sebelumnya. Berbagai metode digunakan untuk mengidentifikasi tentang peningkatan 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.

Kusumo (2016) melakukan penelitian dengan judul Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Menggunakan Metode Ipa (Importance Performance Analysis) Pada AHASS 01108 Anugrah Jaya Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja dari pelayanan yang diberikan AHASS 01108 kepada pelanggan sudah sangat tinggi terlihat pada tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja sebesar 93,33%. Tetapi masih ditemukan gap pada setiap dimensi kualitas pelayanan.

Noer (2016) melakukan penelitian Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Mahasiswa Magister Manajemen Teknologi Its Surabaya Dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA). Hasil penelitian menunjukkan kepuasan mahasiswa MMT-ITS akan tercapai dengan meningkatkan beberapa variabel diantaranya adalah tempat parkir motor, kesigapan petugas kebersihan, kemudahan mahasiswa menyampaikan keluhan sarana dan prasarana, kesigapan Satpam mengatur parkir dan keamanan (Prioritas utama/Kuadran I). Pertahankan prestasi/kuadran II antara lain: informasi akademik cepat, literatur buku/referensi/jurnal memadai, materi perkuliahan diterima dengan baik, akses journal online mudah dan cepat, kelas pengganti apabila dosen tidak hadir, keluhan mahasiswa ditanggapi dengan cepat, kemudahan mahasiswa menyampaikan keluhan akademik, kondisi meja dan kursi baik, ruangan kelas bersih, karyawan memberikan informasi perkuliahan, kejelasan informasi pembayaran kuliah dan kegiatan lainnya, jaminan kerahasiaan data mahasiswa, pencahayaan ruang terang, mahasiswa merasa aman, karyawan bersikap ramah, karyawan bersikap sopan, dan suhu ruangan sejuk. Variabel yang tidak kalah penting adalah fasilitas wifi/internet cepat dan toilet bersih (Tingkat kepuasan tinggi/Kuadran IV).

Puspitasari (2010) melakukan penelitian dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan *Integrasi Importance performance Analysis (IPA)* Dan Model Kano (Studi Kasus di PT. Perusahaan Air Minum Lyonnaise Jaya Jakarta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Atribut-atribut yang berada pada kuadran IV (tingkat kepentingan tinggi, tetapi tingkat performansinya rendah), yaitu: air dapat langsung digunakan untuk minum, air mengalir 24 jam dengan lancar, pipa sebagai sarana penyaluran air dalam kondisi baik/tidak bocor, kualitas air tidak berbau kaporit, kualitas air tidak berwarna / tidak keruh, petugas melakukan pencatatan meteran air dengan benar/akurat, tagihan air sesuai pemakaian, tarif progresif sesuai dengan kualitas layanan, pelanggan mendapat jawaban penyelesaian bila mengajukan pengaduan, dan perusahaan melakukan sosialisasi kepada masyarakat bila terjadi kenaikan tarif.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek dan Lokasi Penelitian**

Objek dan lokasi penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

a. Objek Penelitian

Obyek penelitian adalah konsumen dealer dan bengkel servis motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok.

b. Lokasi Penelitian

Dealer dan bengkel servis motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok di Lombok.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok.

b. Sampel

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok. Sebanyak 100 responden.

c. Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenis *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel yang digunakan yaitu jenis *purposive sampling* (Sugiyono, 2014). *Purposive sampling* yang dimaksud yaitu penulis menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis.

### **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 terdiri dari:

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

#### **3.3.2. Sumber Data**

Data untuk kegiatan penulisan penelitian diperoleh melalui dua sumberdata, 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 motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok.
- 2) Data atribut konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan jasa kepada konsumen yang diberikan oleh dealer dan bengkel servis Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok.

b. Data Sekunder

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

- 1) Sejarah perusahaan
- 2) Struktur organisasi
- 3) Data jumlah karyawan

### 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 bengkel Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok.

c. Kuisisioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di bengkel Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok.

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

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Kuisisioner terbuka, yaitu berupa pilihan ganda guna memudahkan para responden dalam menjawab pernyataan yang ada.
- 2) Kuisisioner 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 (untuk data harapan), dan derajat kepuasan (untuk data kinerja/ persepsi), 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 / Persepsi

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 Kecukupan Data

Proses pengolahan data diawali dengan melakukan perhitungan kecukupan data. Uji kecukupan data dilakukan untuk mengetahui apakah jumlah data yang telah terkumpul sudah mencukupi atau belum. Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, oleh karena itu untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat menggunakan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2006) :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% (1,96)

Moe = *Margin of error maximal*, adalah tingkat kesalahan maksimal pengembalian sampel yang masih dapat di toleransi sebesar 10 %

Dengan menggunakan *Margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal dapat diambil adalah sebesar :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$n = 96,04$  dibulatkan menjadi 96 dan dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 96,04 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden. Karena dasar itulah peneliti menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

### 3.5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan pengumpulan data, terlebih dahulu dilakukan uji coba terhadap kuesioner yang akan digunakan sebagai kuesioner pengumpulan data penelitian. Uji coba kuesioner dimaksudkan untuk mengetahui tingkat validitas dan reliabilitas atas butir-butir pertanyaan yang ada pada kuesioner, sehingga diperoleh informasi yang memadai sesuai dengan kebutuhan penelitian. Uji coba dilakukan terhadap 30 responden. Penghitungan korelasi dilakukan dengan menggunakan bantuan program software SPSS 15.

#### a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan suatu alat ukur dalam mengukur suatu data. Untuk mengetahui validitas suatu instrumen (dalam hal ini kuesioner) dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor masing-masing variabel dengan skor totalnya. Suatu variabel (pertanyaan) dikatakan valid bila skor variabel tersebut berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya. Teknik korelasi yang digunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Bila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka artinya variabel valid (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini, uji instrument dilakukan terhadap 30 responden ( $n=30$ ), taraf signifikan 5%, maka nilai  $r$  tabel adalah 0,361. Uji validitas menggunakan program SPSS 15.

#### b. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel yaitu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2014)

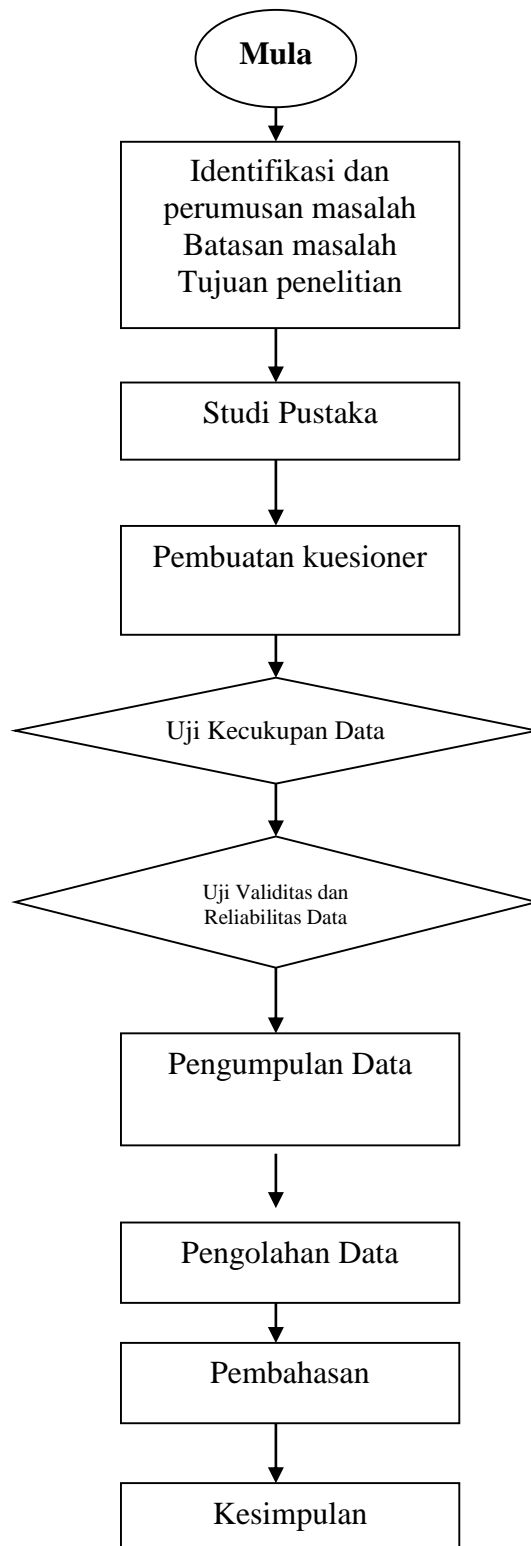
Uji realibilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk, dimana jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan dikatakan *reliable* jika masing – masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama yaitu variabel yang hendak diteliti tersebut.

Untuk mempermudah pengujian di atas dilakukan dengan menggunakan *software* / perangkat lunak SPSS (*Statistical Product Service Solution*) dengan uji statistik Cronbach alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$ .

### **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. Alur Penelitian

#### Penjelasan Alur Penelitian:

1. Penelitian ini dimulai dengan observasi ke lapangan, yaitu memberikan angket prapenelitian untuk mengetahui gambaran awal pelayanan dan kepuasan pelanggan Bengkel Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok.
2. Lalu penentuan identifikasi masalah dilanjutkan merumuskan masalah apa yang ditemukan sewaktu observasi dan akan diteliti untuk mencari solusi atau pemecahannya dalam penelitian ini. Menentukan batasan-batasan masalah agar pembahasan tetap fokus pada masalah yang ada dan mencari solusinya. Menentukan tujuan penelitian untuk dapat mengetahui apa yang ingin dicapai dalam sebuah penelitian yang dilakukan.
3. Penelitian ini menggunakan kajian pustaka penelitian terdahulu dan teori yang berkaitan dengan penelitian.
4. Setelah itu, pembuatan kuesioner kepuasan pelanggan terhadap pelayanan Bengkel Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok.
5. Setelah itu dilakukan uji kecukupan data untuk mencari sampel responden penelitian, penyebaran kuesioner kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Bengkel Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok. Selanjutnya dilakukan rekapitulasi hasil kuesioner.
6. Setelah data terkumpul, selanjutnya adalah pengolahan data menggunakan uji validitas data dan uji reliabilitas data. 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. 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.
7. Dilanjutkan ke tahap pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner seluruh responden. Setelah data lolos dalam berbagai pengujian data, maka data diolah lagi menggunakan metode pengukuran kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

8. Data akan diolah dengan menggunakan metode IPA. Setelah itu, hasil olahan data menggunakan dua metode tersebut dianalisis.
9. Selanjutnya dilakukan pembahasan berdasarkan analisis data yang sudah dibuat.
10. Setelah itu diperoleh kesimpulan yang menjawab dari perumusan masalah serta diperoleh saran.

## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1. Gambaran Umum Ahass Sumber Sentosa**

AHASS Sumber Sentosa pertama kali berdiri pada tahun 1987 dan hingga kini terus konsisten dalam melayani dan memberikan kualitas terbaik demi kepuasan dan kesejahteraan pemilik sepeda motor HONDA di Lombok melalui 3 outlet yang tersebar di Abiantubuh, Sriwijaya, dan Panjtilar.

AHASS Sumber Sentosa resmi diangkat menjadi bengkel resmi sepeda motor Honda pada tahun 1987 dengan nomor AHASS 00731. Seiring dengan perkembangan dan pertumbuhan sepeda motor Honda di Lombok, Sumber Sentosa juga mengalami pertumbuhan karena keyakinan untuk terus menjaga kualitas servis serta memegang teguh kepercayaan konsumen. Pada tahun 2000, AHASS Sumber Sentosa berhasil pindah ke tempat yang dimiliki sendiri beralamat di Jln. A.A Gede Ngruh dengan kapasitas 6 pit servis dan 1 pit untuk *heavy repair* yang saat ini akan dikembangkan hingga 9 pit servis dan 1 pit *heavy repair*.

Perubahan terus dilakukan salah satunya dengan menyediakan layanan untuk *body repair* serta melengkapi *special tools* sesuai dengan standar yang telah ditetapkan pihak Main Dealer dengan tujuan untuk semakin memudahkan dalam analisis dan keakuratan dalam menerjemahkan penyakit motor. *Special tools* terbaru yang dimiliki adalah *tire changer* yang lazim digunakan pada bengkel mobil serta *dyno test* yang dapat membaca performance motor.

Melihat besarnya animo dan pesatnya perkembangan sepeda motor Honda, AHASS Sumber Sentosa membuka outletnya yang kedua di Jln. Sriwijaya Mataram pada tahun 2004 dengan kapasitas 6 pit servis serta outletnya yang ketiga pada tahun 2012 di Jln. Panjtilar Negara Ampenan dengan 8 pit servis.

Slogan AHASS Sumber Sentosa yaitu Kualitas, Kepuasan, dan Kesejahteraan, kami mengutamakan kualitas pekerjaan yang dibuktikan dengan lahirnya juara-juara kontes mekanik tingkat regional maupun nasional dari AHASS Sumber Sentosa. Bahkan AHASS Sumber Sentosa merupakan satu-satunya AHASS di NTB yang memiliki dua orang juara kontes mekanik tingkat nasional

yang sempat mewakili Indonesia di kontes mekanik Jepang dan kontes mekanik Asia Oceania.

Dengan menghadirkan kualitas, maka akan membawa kepuasan bagi konsumen. Seirama dengan hadirnya kepuasan tersebut, maka kesejahteraan bagi karyawan dan konsumen setia AHASS Sumber Sentosa akan hadir. Begitulah slogan yang terus berulang dan menjadi satu mata rantai yang tidak bisa dipisahkan.

Kualitas pengerjaan juga ditunjang dengan dukungan *spare parts* yang lengkap ditandai dengan diangkatnya AHASS Sumber Sentosa menjadi SolPas atau Solusi Pasti untuk kebutuhan *spare parts* asli Honda. Kami berani memberikan garansi bahwa *spare parts* yang kami jual 100% asli HGP.

## 4.2. Uji Validitas Dan Reliabilitas

### 4.2.1. Uji Analisis Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan

#### 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.

**Tabel 4.1 Uji Validitas *Tangible***

Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	r tabel	Keterangan
<i>Tangible</i>	T1	0,849	0,361	Valid
	T2	0,895	0,361	Valid
	T3	0,574	0,361	Valid
	T4	0,457	0,361	Valid
	T5	0,853	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Besarnya koefisien korelasi dari 5 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***

Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
<i>Assurance</i>	ass1	0,707	0,361	Valid
	ass2	0,503	0,361	Valid
	ass3	0,480	0,361	Valid
	ass4	0,722	0,361	Valid
	ass5	0,746	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Besarnya koefisien korelasi dari 5 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***

Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
<i>Reliability</i>	Rel1	0,790	0,361	Valid
	Rel2	0,728	0,361	Valid
	Rel3	0,605	0,361	Valid
	Rel4	0,885	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

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

**Tabel 4.4 Uji Validitas *Responsive***

Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi		Keterangan
		Product Moment	r tabel	
Responsive	resp1	0,435	0,361	Valid
	resp2	0,571	0,361	Valid
	resp3	0,567	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

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***

Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi		Keterangan
		Product Moment	r tabel	
Emphaty	E1	0,705	0,361	Valid
	E2	0,778	0,361	Valid
	E3	0,566	0,361	Valid
	E4	0,696	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Besarnya koefisien korelasi dari 4 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 15.0 *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  $\alpha$  (r hitung) dengan nilai kritis (r tabel) yang hasilnya dapat dilaporkan.

**Tabel 4.6 Reliabilitas**

Dimensi	Nilai Alpha	Ketentuan nilai Alpha	Keterangan
<i>Tangible</i>	0,882	0,6	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,832	0,6	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,885	0,6	Reliabel
<i>Responsive</i>	0,705	0,6	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0,847	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

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.

#### 4.2.2. Uji analisis validitas dan reliabilitas Tingkat Kinerja

##### 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.

**Tabel 4.7 Uji Validitas Tangible**

Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
Tangible	T1	0,642	0,361	Valid
	T2	0,712	0,361	Valid
	T3	0,522	0,361	Valid
	T4	0,453	0,361	Valid
	T5	0,794	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Besarnya koefisien korelasi dari 5 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**

Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
Assurance	ass1	0,770	0,361	Valid
	ass2	0,435	0,361	Valid
	ass3	0,447	0,361	Valid
	ass4	0,695	0,361	Valid
	ass5	0,720	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Besarnya koefisien korelasi dari 5 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 4.9 Uji Validitas Reliability**

Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
Reliability	Rel1	0,750	0,361	Valid
	Rel2	0,688	0,361	Valid
	Rel3	0,670	0,361	Valid
	Rel4	0,862	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

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

**Tabel 4.10 Uji Validitas Responsive**

Dimensi	Indikator	Koefisien Korelasi Product Moment	r tabel	Keterangan
Responsive	res1	0,468	0,361	Valid
	res2	0,691	0,361	Valid
	res3	0,614	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

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***

Dimensi	Indikator	Kooefisien Korelasi		Keterangan
		Product Moment	r tabel	
Emphaty	E1	0,715	0,361	Valid
	E2	0,791	0,361	Valid
	E3	0,642	0,361	Valid
	E4	0,708	0,361	Valid

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Besarnya koefisien korelasi dari 4 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 15.0 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  $\alpha$  (r hitung) dengan nilai kritis (r tabel) yang hasilnya dapat dilaporkan.

**Tabel 4.12 Reliabilitas**

Dimensi	Nilai Alpha	Ketentuan nilai Alpha	Keterangan
<i>Tangible</i>	0,826	0,6	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,819	0,6	Reliabel
<i>Reliability</i>	0,881	0,6	Reliabel
<i>Responsive</i>	0,757	0,6	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0,864	0,6	Reliabel

Sumber : Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

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.

### 4.3. Deskriptif Karakteristik Responden

#### 4.3.1. Karakteristik Responden Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil penelitian terhadap dua kelompok responden, yaitu responden laki-laki dan responden perempuan yang seluruhnya berjumlah 100 responden disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.13 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frequency	%
1. Laki-laki	43	43
2. Perempuan	57	57
Total	100	100

Sumber: Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Dari tabel 4.13 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diteliti didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 57 (57%), dan 43 (43%) sisanya adalah laki-laki.

#### 4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Hasil penelitian terhadap tiga kelompok responden, yaitu responden umur 15 tahun sampai dengan 25 tahun, umur 26 tahun sampai dengan 35 tahun dan di atas 36 tahun yang seluruhnya berjumlah 100 responden disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.14 Karakteristik Responden berdasarkan Umur**

Jenis Kelamin	Frequency	%
15 tahun-25 tahun	13	13
26 tahun-35 tahun	52	52
>36 tahun	35	35
Total	100	100

Sumber: Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Dari tabel 4.14 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diteliti didominasi oleh umur 26 tahun sampai dengan 35 tahun sebanyak 52 (52%), umur 15 tahun sampai dengan 25 tahun sebanyak 13 (13%), umur di atas 36 tahun sebanyak 35 (35%).

#### 4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Hasil penelitian terhadap dua kelompok responden, yaitu responden pendidikan SD, SLTP, SLTA, S1, S2 yang seluruhnya berjumlah 100 responden disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.15 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan	Frequency	%
SD	0	0
SLTP	4	4
SLTA	47	47
S1	39	39
S2	10	10
Total	100	100

Sumber: Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Dari tabel 4.15 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diteliti didominasi oleh pendidikan SLTA sebanyak 47 (47%). SLTP sebanyak 4 (4%). S1 sebanyak 39 (39%), dan S2 sebanyak 10 (10%).

#### 4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil penelitian terhadap dua kelompok responden, yaitu responden yang mempunyai pekerjaan rumah tangga, wiraswasta, pegawai swasta, PNS, pensiunan yang seluruhnya berjumlah 100 responden disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4.16 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frequency	%
Pelajar/ Mahasiswa/i	16	16
Pegawai Negeri	20	20
Pegawai swasta/ Wiraswasta	41	41
Lain-lain	23	23
Total	100	100

Sumber: Data Primer Yang Diolah Tahun 2019

Dari tabel 4.16 dapat diketahui bahwa dari 100 responden yang diteliti didominasi oleh yang mempunyai pekerjaan Pegawai swasta/ Wiraswasta sebanyak 41 (41%), Pelajar/ Mahasiswa/i sebanyak 14 (14%), Pegawai Negeri sebanyak 20 (20%), Lain-lain sebanyak 23 (23%).

#### 4.4. 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 4.17. 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, 2019

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.

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

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

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

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 dilihat pada tabel berikut ini :

#### 4.4.1. Deskriptif Tingkat Kepentingan (*Importance*)

**Tabel 4.18 Variabel Tangible**

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 4.19 Variabel Assurance**

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 *assurance* adalah sangat penting.

**Tabel 4.20 Variabel Reliability**

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 *reliability* adalah sangat penting.

**Tabel 4.21 Variabel Responsive**

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 *responsive* adalah sangat penting.

**Tabel 4.22 Variabel Emphaty**

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%), penting sebanyak 41 (41%), sangat tidak penting sebanyak 5 (5%), tidak penting sebanyak 3 (3%). Artinya variabel *emphaty* adalah sangat penting.

#### 4.4.2. Deskriptif Tingkat Kinerja (*Performance*)

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 dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.23 Variabel *Tangible***

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 4.24 Variabel Assurance**

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 assurance adalah sangat puas.

**Tabel 4.25 Variabel Reliability**

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 reliability adalah puas.



**Tabel 4.26 Variabel Responsive**

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 responsive adalah sangat puas.

**Tabel 4.27 Variabel Emphaty**

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 emphaty adalah puas.

#### 4.5. Analisis *Importance Performance Analysis*

Teknik analisis data dilakukan untuk menjawab perumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kesesuaian masyarakat pengguna jasa pelayanan di Bengkel motor Honda AHASS, maka digunakan metode analisis *Importance Performance Analysis* atau analisis tingkat kepentingan dan kinerja kepuasan pelanggan (Supranto, 2011). Dengan rumus :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi}$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor rata-rata penilaian kinerja/realita perusahaan

$Y_i$  = Skor rata-rata penilaian kepentingan/ekspektasi pelanggan

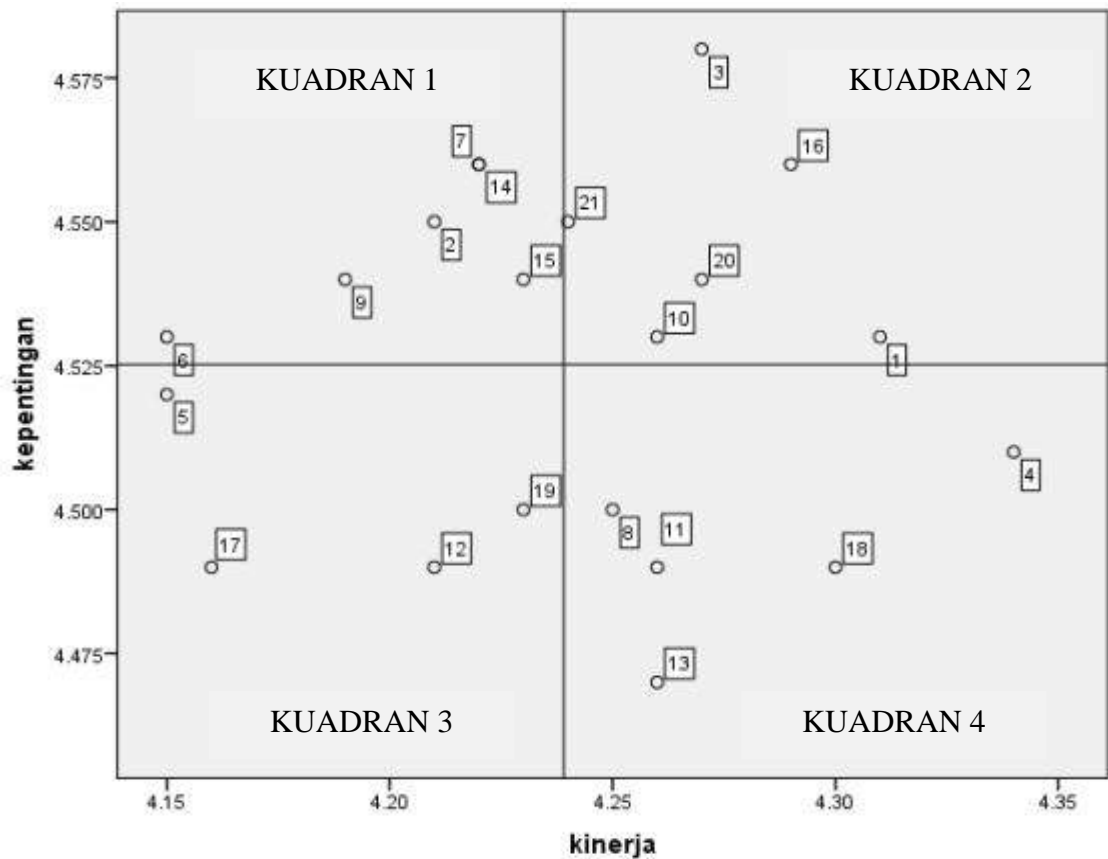
**Tabel 4.28. Tingkat Kesesuaian**

Nama Atribut Kualitas Pelayanan	Rata-rata Xi	Rata-rata Yi	Tki
1. Ruang tunggu bersih	4,31	4,53	95,14
2. Sparepart lengkap	4,21	4,55	92,53
3. Lokasi Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok mudah ditemukan	4,27	4,58	93,23
4. Peralatan bengkel yang digunakan Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok lengkap	4,34	4,51	96,23
5. Karyawan motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok berpenampilan bersih dan rapi.	4,15	4,52	91,81
Rata-rata tangible	4,256	4,538	93,79
6. Karyawan Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor	4,15	4,53	91,61
7. Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki jam buka yang sesuai dan pasti	4,22	4,56	92,54
8. Perbaikan yang dilakukan karyawan Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok selalu sesuai keinginan Anda	4,25	4,5	94,44
9. Anda merasa aman dan nyaman pada saat berada di Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok	4,19	4,54	92,29
10. Antrian sesuai urutan kedatangan	4,26	4,53	94,04
Rata-rata Assurance	4,214	4,532	92,98
11. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memperbaiki motor dengan cepat	4,26	4,49	94,88
12. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok cekatan dalam menangani permasalahan motor Anda	4,21	4,49	93,76
13. Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok	4,26	4,47	95,30
14. Kecepatan karyawan dalam merespon pelanggan	4,22	4,56	92,54

Rata-rata reliability	4,2375	4,5025	94,11
15. Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan	4,23	4,54	93,17
16. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok tidak membiarkan Anda berdiri lama ketika tempat penuh	4,29	4,56	94,08
17. Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki waktu luang untuk membantu Anda	4,16	4,49	92,65
Rata-rata Responsive	4,226667	4,53	93,30
18. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok selalu bersikap sopan dan sabar kepada Anda	4,3	4,49	95,77
19. Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan	4,23	4,5	94,00
20. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status social	4,27	4,54	94,05
21. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memberikan perhatian serius terhadap Anda	4,24	4,55	93,19
Rata-rata empathy	4,26	4,52	94,25
Jumlah keseluruhan variabel	21,19417	22,6225	468,4351
Rata-rata keseluruhan variabel	4,238833	4,5245	93,68702

### 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 kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, Supranto (2011). Penjabaran kuadran *Importance Performance Analysis* dapat dilihat pada Gambar 4.1.



**Gambar 4.1. Diagram Kartesius**

Keterangan:

1. Ruang tunggu bersih
2. Sperpart lengkap
3. Lokasi Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok mudah ditemukan
4. Peralatan bengkel yang digunakan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok lengkap
5. Karyawan Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok berpenampilan bersih dan rapi
6. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor

7. Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki jam buka yang sesuai dan pasti
8. Perbaikan yang dilakukan karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok selalu sesuai keinginan Anda
9. Anda merasa aman dan nyaman pada saat berada di Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok
10. Antrian sesuai urutan kedatangan
11. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memperbaiki motor dengan cepat
12. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok cekatan dalam menangani permasalahan motor Anda
13. Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok
14. Kecepatan karyawan dalam merespon pelanggan
15. Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan
16. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok tidak membiarkan Anda berdiri lama ketika tempat penuh
17. Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok mmiliki waktu luang untuk membantu Anda
18. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok selalu bersikap sopan dan sabar kepada Anda
19. Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan
20. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang sttus social
21. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memberikan perhatian serius terhadap Anda

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 :

#### **4.5.1. Kuadran I (Prioritas Utama)**

Berdasarkan Gambar 4.1, terdapat 7 pernyataan yang masuk dalam kuadran I IPA yaitu mengenai Sperpart lengkap, memiliki jam buka yang sesuai dan pasti, aman dan nyaman saat berada di Bengkel, Kecepatan merespon pelanggan, Kecepatan merespon keluhan, Karyawan memberikan perhatian serius. Hal tersebut berarti pelanggan mengharapkan 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: Sperpart lengkap, Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok memiliki jam buka yang sesuai dan pasti, Anda merasa aman dan nyaman pada saat berada di Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok , Kecepatan karyawan dalam merespon pelanggan, Kecepatan karyawan dalam merespon keluhan pelanggan, Karyawan Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok memberikan perhatian serius terhadap Anda

#### **4.5.2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)**

Berdasarkan gambar 4.1, dapat terlihat bahwa terdapat 5 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 lima atribut yang termasuk dalam kuadran II. Atribut-atribut tersebut antara lain Ruang tunggu bersih, Lokasi Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok mudah ditemukan, Antrian sesuai urutan kedatangan, Karyawan Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok tidak membiarkan Anda berdiri lama ketika tempat penuh, Karyawan

Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status social.

#### **4.5.3. Kuadran III (Prioritas Rendah)**

Berdasarkan Gambar 4.1, terdapat 4 kriteria penilaian yang masuk dalam kuadran III. Responden menganggap bahwa variabel-variabel tersebut merupakan variabel dekat 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 tersebut 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 empat atribut yang termasuk dalam kuadran III. Atribut-atribut tersebut antara lain Karyawan Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok berpenampilan bersih dan rapih, Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok cekatan dalam menangani permasalahan motor Anda, Ketika Anda membutuhkan sesuatu karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki waktu luang untuk membantu Anda, Komunikasi dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan

#### **4.5.4. Kuadran IV (Berlebihan)**

Berdasarkan Gambar 4.1, terdapat 5 kriteria penilaian yang masuk dalam kuadran IV. Responden menganggap bahwa variabel-variabel 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 Peralatan bengkel yang digunakan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok lengkap,

Perbaikan yang dilakukan karyawan Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok selalu sesuai keinginan Anda, Karyawan Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok memperbaiki motor dengan cepat, Keakuratan perhitungan administrasi oleh kasir Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok , Karyawan Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok selalu bersikap sopan dan sabar kepada Anda.



## BAB V PEMBAHASAN

### 5.1. 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). Penentuan kriteria penilaian yang akan dianalisis di bawah, akan ditentukan berdasarkan dari kuadran di IPA yaitu kuadran I (*concentrate here*).

#### 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 5.1. Analisis Pembahasan Kuadran I**

Nama Atribut Kualitas Pelayanan	Rata-rata Yi	Rata-rata Xi	Tki	Prioritas
P 6. Karyawan Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor	4,53	4,15	91,61	1
P 9. Anda merasa aman dan nyaman pada saat berada di Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok	4,54	4,19	92,29	3
P 2. Sparepart lengkap	4,55	4,21	92,53	4
P 7. Bengkel motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki jam buka yang sesuai dan pasti	4,56	4,22	92,54	5
P 14. Kecepatan karyawan dalam merespon pelanggan yang datang ke bengkel	4,56	4,22	92,54	6
P 15. Karyawan tanggap dalam merespon keluhan pelanggan	4,54	4,23	93,17	8
P 21. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memberikan perhatian serius terhadap Anda	4,55	4,24	93,19	9

1. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki kemampuan dalam memperbaiki motor

Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok 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.

2. Anda merasa aman dan nyaman pada saat berada di Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok

Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok belum merasa aman dan nyaman pada saat berada di bengkel, dikarenakan tempat duduk yang tersedia banyak digunakan pelanggan untuk menaruh makanan dan minuman yang disediakan oleh bengkel secara gratis, karena hanya sedikit ada meja untuk menaruh, area tempat duduk di area bengkel masih kurang sehingga pelanggan terkadang menunggu sampai di area *dealer* yang jauh dari *service advisor*. Begitu pula dengan tempat duduk di *smoking room* yang hanya memiliki 4 buah kursi sehingga pelanggan yang ingin merokok kerap kali menunggu karena ruangan sudah tidak mencukupi lagi atau harus merokok diluar bengkel. Responden merasa belum aman karena tempatnya yang ditutupi tribun hanya sebagian, sedangkan saat hujan pelanggan yang servis motor sering basah terkena hujan.

3. Sperlengkapan

Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok perlengkapan yang ada di bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok kurang lengkap, karena pada waktu pelanggan sedang memperbaiki motor di bengkel, perlengkapan yang ada di bengkel kosong, jadi pelanggan harus pergi keluar untuk mencari sendiri perlengkapan motornya.

4. Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki jam buka yang sesuai dan pasti

Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memiliki jam buka yang tidak sesuai dan tidak pasti, karena saat responden datang untuk servis, tertera jam buka dari jam 8 pagi sampai jam 5 sore, pelanggan yang sudah datang jam 8 bengkel belum buka, dan harus menunggu sekitar 10 menit masih dilakukan persiapan bengkel juga, sehingga pelanggan jadi menunggu lama.

5. Kecepatan karyawan dalam merespon pelanggan yang datang ke bengkel.

Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok karyawan bengkel belum cepat merespon pelanggan yang datang ke bengkel, setelah nomer antrian pelanggan dipanggil, pelanggan harus menunggu karyawan datang untuk mengambil motor pelanggan, yang membuat tidak efektif karena sudah menunggu lama, karyawan kurang tanggap merespon pelanggan yang sudah dipanggil untuk memperbaiki motor pelanggan.

6. Karyawan tanggap dalam merespon keluhan pelanggan

Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok karyawan belum tanggap merespon keluhan pelanggan, karena tiap memberikan keluhan terhadap motor yang sudah diservis, pelanggan tetap harus menunggu karyawan selesai mengerjakan servis pelanggan yang ada, menurut responden karena adanya jaminan setelah servis yang belum lebih dari satu hari seharusnya karyawan cepat dalam memberikan respon keluhan pelanggan tidak harus mengantri lagi.

7. Karyawan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok memberikan perhatian serius terhadap Anda

Menurut responden yang juga pelanggan Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok karyawan bengkel belum memberikan perhatian serius terhadap pelanggan, dikarenakan setiap pelanggan bilang tentang kerusakan motornya, karyawan mengulang pertanyaan, pada waktu dilakukan perbaikanpun karyawan sering mendatangi pelanggan dan menanyakan kerusakan apa yang ada dimotor, membuat responden harus menjelaskan beberapa kali.

## 5.2.Saran Perbaikan Kualitas Layanan

Saran perbaikan skala prioritas sesuai dengan kuadran IPA. Kriteria penilaian yang terdapat dalam kuadran I IPA merupakan prioritas utama mengenai kriteria pelayanan yang harus ditingkatkan.

### Saran Perbaikan Prioritas I (Kuadran I IPA)

#### 1. Saran perbaikan kriteria penilaian (No. 1)

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

- a. Memberikan pelatihan kerja terlebih dahulu terhadap karyawan bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok , 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. Saran perbaikan kriteria penilaian (No. 2)

Pada kriteria penilaian nomor 2 pelanggan menilai belum merasa aman dan nyaman pada saat berada di Bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok . Untuk aspek nomor 3 diharapkan bagi pihak bengkel dapat menambah luas dan kapasitas dari *smoking room* menjadi 7 buah kursi yang pada mulanya hanya terdapat 4 buah kursi agar pelanggan lebih nyaman saat berada di bengkel, dan diharapkan memperluas tribun tunggu agar pelanggan lebih aman saat hujan turun.

#### 3. Saran perbaikan kriteria penilaian (No. 3)

Pada kriteria penilaian nomor 3 pelanggan menilai Sparepart belum lengkap. Pertimbangannya yaitu diharapkan bengkel mengecek sparepart yang sudah habis dan melakukan pemesanan sehingga tidak terjadi sparepart kosong di bengkel, dan pelanggan tidak harus menunggu lama untuk membeli barang diluar bengkel.

#### 4. Saran perbaikan kriteria penilaian (No. 4)

Pada kriteria penilaian nomor 4 pelanggan menilai Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok tidak memiliki jam buka yang sesuai dan pasti. Diharapkan manajemen bengkel selalu mengecek jam buka bengkelnya, dan ada absensi seperti melalui fingerprint, sehingga lebih disiplin lagi untuk bekerja tepat waktu.

5. Saran perbaikan kriteria penilaian (No. 5)

Pada kriteria penilaian nomor 5 pelanggan menilai Karyawan Bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok belum memberikan perhatian serius terhadap pelanggan. Diharapkan karyawan agar lebih memberikan perhatian serius terhadap pelanggan, dalam memperbaiki motor ataupun menservis motornya. Dengan memberikan *reward* pada teknisi terbaik sesuai dengan kelasnya, diharapkan ada motivasi dari setiap teknisi untuk melakukan penanganan perbaikan secara tepat sesuai dengan diagnosis dan dilakukan secara cepat. Sehingga dapat mempersingkat waktu *service* kendaraan

6. Saran perbaikan kriteria penilaian (No. 6)

Pada kriteria penilaian nomor 6 pelanggan menilai karyawan belum cepat dalam merespon pelanggan yang datang ke bengkel. 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.

7. Saran perbaikan kriteria penilaian (No. 7)

Pada kriteria penilaian nomor 7 pelanggan menilai karyawan belum tanggap dalam merespon keluhan pelanggan. Pertimbangan yang dilakukan adalah memberikan pelatihan untuk karyawan untuk meminimalisir keluhan pelanggan, dan memberikan kecepatan dalam keluhan pelanggan karena adanya jaminan servis atau perbaikan motor pelanggan yang tidak harus menunggu lama lagi untuk keluhannya.

*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.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1. Kesimpulan**

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

1. Berdasarkan analisis *Importance- performance Analysis* kinerja perusahaan belum sesuai dengan kepentingan pelanggan, dapat dilihat dari kuadran 1 yaitu pernyataan sebagai berikut:
2. Berdasarkan analisis tersebut Rekomendasi atau saran perbaikan kualitas pelayanan Bengkel Ahass Sumber Sentosa Lombok sebagai berikut :
  - a. Memberikan pelatihan kerja terlebih dahulu terhadap karyawan bengkel Motor Honda Ahass Sumber Sentosa Lombok , sebelum langsung menempatkan kerja. Terkadang praktek kerja dengan teori berbeda hasil.
  - b. Diharapkan bagi pihak bengkel dapat menambah luas dan kapasitas dari *smoking room* menjadi 7 buah kursi yang pada mulanya hanya terdapat 4 buah kursi agar pelanggan lebih nyaman saat berada di bengkel, dan diharapkan memperluas tribun tunggu agar pelanggan lebih aman saat hujan turun.
  - c. Diharapkan bengkel mengecek sparepart yang sudah habis dan melakukan pemesanan sehingga tidak terjadi sparepart kosong di bengkel, dan pelanggan tidak harus menunggu lama untuk membeli barang diluar bengkel.
  - d. Diharapkan manajemen bengkel selalu mengecek jam buka bengkelnya, dan ada absensi seperti melalui fingerprint, sehingga lebih disiplin lagi untuk bekerja tepat waktu.
  - e. Diharapkan karyawan agar lebih memberikan perhatian serius terhadap pelanggan, dalam memperbaiki motor ataupun menservis motornya.

- f. 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.
- g. Pertimbangan yang dilakukan adalah memberikan pelatihan untuk karyawan untuk meminimalisir keluhan pelanggan, dan memberikan kecepatan dalam keluhan pelanggan karena adanya jaminan servis atau perbaikan motor pelanggan yang tidak harus menunggu lama lagi untuk keluhannya.

## 6.2. Saran

Saran yang dapat dikemukakan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok lebih memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen yaitu dengan terus melakukan perbaikan layanan atau mempertahankan serta meningkatkan prestasinya.
2. Berdasarkan data karakteristik responden didapatkan hasil mayoritas pelanggan bengkel Motor Honda Ahas Sumber Sentosa Lombok usia 26 tahun ke atas, pendidikan mayoritas SLTA dan S1, pekerjaan didominasi oleh yang mempunyai pekerjaan Pegawai swasta/ Wiraswasta maka diharapkan bengkel memberikan fasilitas berdasarkan pelanggan yang ada seperti menyediakan wifi jadi pelanggan bisa menikmati wifi saat servis atau perbaikan motor, memberikan musik yang modern agar dapat dinikmati pelanggan bengkel ahas.
3. Untuk penelitian yang bertujuan menentukan urutan prioritas perbaikan, dapat menggunakan konsep tingkat kesesuaian pada *Importance Performance Analysis* (IPA), karena selain menghemat waktu dengan perhitungannya yang sederhana, tindakan perbaikan atau mempertahankan suatu kinerja juga dapat diputuskan.



4. 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

- Ferdinand, A. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Pustaka Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Huang, Yuan-Chih., Wu, Chih-Hung., and Hsu, J. Chia-Jung. 2006. Using importance-performance analysis in evaluating taiwan medium and long distance national highway passenger transportation service quality. *Journal of American Academy of Business* 8(2), 98-104.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kusumo, Pranedo Adhi, 2016, Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa Dengan Menggunakan Metode Ipa (*Importance Performance Analysis*) Pada Ahass 01108 Anugrah Jaya Semarang. *Diponegoro Journal Of Management Volume 5, Nomor 1, Tahun 2016, Halaman 1-14*
- Lovelock C & Wright L. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia.
- Nasution, 2004, *Hukum Perliindungan Konsumen, Suatu Pengantar*, Diadit. Media, Jakarta.
- Noer, Lissa Rosdiana, 2016, Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Mahasiswa Magister Manajemen Teknologi Its Surabaya Dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Journal of Research and Technologies, Vol. 2 No. 1 Juni 2016*
- Puspitasari, Nia Budi, 2010, Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Integrasi Importance performance Analysis (IPA) Dan Model Kano (Studi Kasus di PT. Perusahaan Air Minum Lyonnaise Jaya Jakarta). *Jati Undip, Vol V, No 3, September 2010*
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, 2011, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy 2006. *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi.
- Usmara, 2003, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amoro. Book.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, QFD, dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: PT Indeks.
- Yamit, Zulian. 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Ekonesia,. Yogyakarta.

Yuliarmi, Ni Nyoman dan Riyasa, Putu. 2007. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar *Buletin Studi Ekonomi Volume 12 Nomor 1, Universitas Udayana, Denpasar.*

**LAMPIRAN**