

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR melalui lima kualitas pelayanan yaitu responsiveness (daya tanggap), tangibles (bukti nyata), empathy (empati), assurance (jaminan) dan reliability (keandalan). Hasil penelitian juga dapat diketahui kualitas pelayanan yang diprioritaskan untuk memberikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR.

Subyek penelitian ini adalah pelanggan pada Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo yaitu pelanggan yang menggunakan jasa tersebut. Sedang obyek penelitiannya adalah kinerja, dan harapan pelanggan pada pada Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo. Dengan cara ini pihak pada Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya sehingga sesuai dengan harapan pelanggan. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah layak karena dinyatakan valid dan reliabel.

#### 4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan profil pelanggan Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, Usia, pekerjaan dan frekuensi berkunjung. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### 1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat harapan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarakan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3  
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	79	75.2%
Perempuan	26	24.8%
Jumlah	105	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 75,2 persen responden berjenis kelamin Laki-laki dan 24,8 persen responden berjenis kelamin Perempuan. Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah pelanggan dengan

jenis kelamin laki-laki. Hal ini disebabkan karena responden laki-laki memiliki tingkat aktivitas yang tinggi, sehingga memiliki keputusan yang lebih dominan dibandingkan kaum perempuan dalam memilih jasa bengkel.

## 2. Usia

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan penilaian pelanggan karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi kepuasan dalam memilih obyek. Tabel 4.4 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.4  
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	2	1,9%
20 - 29 tahun	17	16,2%
30 - 39 tahun	48	45,7%
40 - 49 tahun	31	29,5%
> 50 tahun	7	6,7%
Jumlah	105	100,0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2006

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa di Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo mayoritas berusia antara 30 - 39 tahun, yaitu sebesar 45,7 persen (48 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia antara 40 - 49 tahun sebesar 29,5 persen (31 orang), 50 tahun keatas masing-masing sebesar 6,7 persen (7 orang), berusia antara 20 - 29 tahun sebesar 16,2 persen atau 17

orang dan terakhir berusia kurang dari 20 tahun sebesar 1,9 persen atau 2 orang.

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo adalah berusia produktif yaitu antara 30 hingga 39 tahun. Hal ini disebabkan karena kelompok pelanggan ini termasuk dalam kelompok produktif sehingga lebih banyak mengetahui tentang perawatan kendaraan.

### 3. Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan dalam memilih Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat harapan pada jenis pekerjaan yang ditekuninya. Tabel 4.5 menunjukkan pekerjaan responden.

Tabel 4.5  
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri	13	12,4%
Karyawan Swasta	26	24,8%
Pelajar / Mahasiswa	12	11,4%
Pedagang / Wiraswasta	47	44,8%
Lain-lain	7	6,7%
Jumlah	105	100,0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Dari tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah pedagang / wiraswasta, yaitu sebesar 44,8 persen (47 orang ). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang lain yaitu pelajar / mahasiswa sebesar 11,4 persen (12 orang), karyawan swasta sebesar 24,8 persen (26 orang), pegawai negeri sebesar 12,4 persen (13 orang) dan responden yang memiliki pekerjaan lain-lain sebanyak 7 orang atau 6,7%.

Kenyataan ini berarti jenis pekerjaan pelanggan yang menggunakan jasa di Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo adalah pedagang / wiraswasta. Hal ini disebabkan karena responden yang memiliki pekerjaan sebagai pedagang / wiraswasta adalah seorang bisnisan, sehingga kendaraan merupakan alat mobilitas yang sangat penting bagi pelanggan ini, sehingga membutuhkan perawatan agar tidak terganggu dalam aktivitas pekerjaannya.

## **5. Frekuensi Service**

Hasil deskriptive tentang frekuensi service dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.6  
Frekuensi Service Responde

Frekuensi	Jumlah	Persentase
< 3 kali	33	31,4%
> 3 kali	72	68,6%
Jumlah	105	100,0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menservice kendaraan lebih dari 3 kali yaitu sebanyak 72 orang atau 68,6% dan sisanya kurang dari 3 kali yaitu sebanyak 33 orang atau 31,4%. Hal ini disebabkan karena pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh bengkel. Kenyataan juga menunjukkan bahwa pelanggan telah memberikan kepercayaan penuh perawatan motornya pada dealer AHAS 1568 FAMILY MOTOR sebagai salah satu dealer resmi sepeda motor Honda di Wonosobo.

#### 4.2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu analisis data yang berdasarkan pada masalah yang dapat dinyatakan dalam angka. Analisis data ini meliputi analisis *importance performance analysis*, dan analisis diagram kartesius.

#### 4.2.1. Analisis *Importance Performance*

Analisis ini berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan. Semakin tinggi tingkat kesesuaian berarti semakin besar kepuasan pelanggan. Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja (performan)

Yi = Skor Harapan pelanggan

Sebagai contoh pada item pertanyaan Melayani perawatan, perbaikan dan penjualan suku cadang, dengan skor kinerja ( $X_i$ ) = 3,83 dan skor harapan ( $Y_i$ ) sebesar 4,23 maka besarnya tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% = \frac{3,83}{4,23} \times 100\% = 90,5\%$$

Begitu juga perhitungan untuk item-item yang lain dapat dilakukan dengan cara yang sama seperti pada lampiran. Hasil selengkapnya tingkat kesesuaian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8  
Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kinerja Pada Bengkel AHAS 1568 FAMILY  
MOTOR Wonosobo

No	DIMENSI	KINERJA	HARAPAN	TK. KESESUAIAN
<b>A. Tangibles</b>				
1	Melayani perawatan, perbaikan dan penjualan suku cadang	3,83	4,23	90,5%
2	Kebersihan bengkel secara keseluruhan	3,69	4,22	87,4%
3	Teknologi dan peralatan yang digunakan	4,40	4,24	103,8%
4	Kenyamanan ruang pelayanan	3,56	3,92	90,8%
	<b>Rata-rata</b>	<b>3,87</b>	<b>4,15</b>	<b>93,1%</b>
<b>B. Reliability</b>				
5	Kemampuan mengatasi masalah pelanggan	3,29	4,21	78,1%
6	Kemampuan menkan kesalahan	3,70	4,22	87,8%
7	Kemampuan mengetahui keluhan pelanggan	3,67	4,08	90,0%
8	Kecepatan karyawan	4,04	4,27	94,6%
	<b>Rata-rata</b>	<b>3,67</b>	<b>4,19</b>	<b>87,6%</b>
<b>C. Responsiveness</b>				
9	Tanggapan karyawan melayani pelanggan	4,23	4,30	98,2%
10	Kesediaan menyediakan waktu untuk menanggapi masalah pelanggan	3,26	4,04	80,7%
11	Menangani masalah dengan segera	3,32	4,46	74,6%
12	Respon cepat terhadap permintaan pelanggan	3,54	4,17	84,9%
	<b>Rata-rata</b>	<b>3,59</b>	<b>4,24</b>	<b>84,6%</b>
<b>D. ASSURANCE</b>				
13	Memiliki peralatan pendukung	4,24	4,23	100,2%
14	Jaminan keprofesionalan karyawan	3,81	4,45	85,7%
15	Garansi akan pelayanan yang diberikan	3,60	4,21	85,5%
16	Jaminan penyediaan suku cadang	4,43	4,22	105,0%
	<b>Rata-rata</b>	<b>4,02</b>	<b>4,08</b>	<b>94,1%</b>
<b>E. Emphaty</b>				
17	Memberikan pelayanan tanpa memandang status	3,43	3,97	86,3%
18	Pelayanan karyawan yang ramah dan sopan	3,66	3,90	93,9%
19	Memahami kondisi pelanggan	3,78	3,81	99,3%
20	Mampu memenuhi kebutuhan dengan solusi yang berbeda	3,81	4,10	92,8%
	<b>Rata-rata</b>	<b>3,67</b>	<b>3,95</b>	<b>92,8%</b>
	<b>Rata-rata Total</b>	<b>3,76</b>	<b>4,16</b>	<b>90,43%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2006



**a. Tangibles**

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi tangibles seperti pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Tangibles belum memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini disebabkan karena seluruh atribut pada dimensi Tangibles masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 93,1% , dimana nilai tersebut masih dibawah 100%. Kepuasan pelanggan terhadap dimensi Tangible baru dicapai pada atribut Teknologi dan peralatan yang digunakan yang memiliki tingkat kesesuaian sebesar 103,8%. Hal ini berarti harapan pelanggan akan teknologi dan peralatan yang digunakan telah dapat dipenuhi oleh AHAS 1568 FAMILY MOTOR, dengan kinerja yang melebihi harapan pelanggan. Sedangkan atribut yang lain seperti Melayani perawatan, perbaikan dan penjualan suku cadang, Kebersihan bengkel secara keseluruhan dan Kenyamanan ruang pelayanan tingkat kesesuaiannya di bawah 100%, sehingga belum memberikan kepuasan bagi pelanggan.

**b. Dimensi Reliability**

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi reliability seperti pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Reliability belum memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini disebabkan karena seluruh atribut pada dimensi empati masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 87,6% , dimana nilai tersebut masih

dibawah 100%. Artinya kinerja dimensi reliability yang terdiri dari atribut Kemampuan mengatasi masalah pelanggan, Kemampuan menekan kesalahan, Kemampuan mengetahui kemauan pelanggan dan Kecepatan karyawan belum dapat memenuhi harapan konsumen.

**c. Dimensi Responsiveness**

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi responsiveness seperti pada tabel diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Responsiveness belum memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini disebabkan karena seluruh atribut pada dimensi Responsiveness masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 84,6% , dimana nilai tersebut masih dibawah 100%. Artinya kinerja pada dimensi Responsiveness baik pada atribut Tanggapan karyawan melayani pelanggan, Kesiediaan menyediakan waktu untuk menanggapi masalah pelanggan, Menangani masalah dengan segera dan Respon cepat terhadap permintaan pelanggan belum mampu memenuhi harapan pelanggan pada bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR di Wonosobo.

**d. Dimensi Assurance**

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi Assurance seperti pada tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Assurance belum memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini disebabkan karena seluruh atribut pada dimensi Assurance

masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 94,1% , dimana nilai tersebut masih dibawah 100%. Kepuasan pelanggan dicapai pada atribut Memiliki peralatan pendukung yang memiliki tingkat kesesuaian sebesar 100,2%. Artinya kinerja perusahaan pada atribut Memiliki peralatan pendukung telah mampu memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan untuk atribut yang lain, hasil analisis tingkat kesesuaiannya dibawah 100%, sehingga dua atribut tersebut yang terdiri dari Jaminan keprofesionalan karyawan dan Garansi akan pelayanan yang diberikan belum mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan.

**e. Emphaty**

Hasil analisis tingkat kesesuaian pada dimensi Emphaty seperti tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Emphaty belum memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini disebabkan karena seluruh atribut pada dimensi Emphaty masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 93,1% , dimana nilai tersebut masih dibawah 100%. Hanya atribut Memahami kondisi pelanggan yang hampir memberikan kepuasan bagi pelanggan karena memiliki tingkat kesesuaian sebesar 99,3% (mendekati angka 100%). Sementara untuk atribut Memberikan pelayanan tanpa memandang status, Pelayanan karyawan yang ramah dan sopan dan Mampu memenuhi kebutuhan dengan solusi yang berbeda nilainya masih jauh dibawah 100%.

Berdasarkan hasil analisis kesesuaian secara keseluruhan dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan pada bengkel AHAS 1568 FAMILY Motor belum mampu memenuhi harapan konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai rata-rata pada persepsi konsumen sebesar 3,76 , sedangkan rata-rata harapannya adalah sebesar 4,16 , dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,4% yang nilainya masih dibawah 100%.

#### 4.2.2. Analisis Diagram Kartesius Per Atribut

Analisis Diagram Kartesius per Atribut bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada kualitas pelayanan Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian performance (kinerja) perusahaan dan penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah Performance (Kinerja) perusahaan dan sumbu Y adalah Harapan pelanggan.

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik  $(\bar{X}, \bar{Y})$ , dimana :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata dari seluruh faktor harapan pelanggan

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{Y}_i}{K}$$

Sehingga dapat ditentukan besarnya skor rata-rata tersebut sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{3,83+3,59+4,40+ \dots + 3,81}{20} = 3,76$$

$$\bar{Y} = \frac{4,23+4,22+4,24+ \dots + 4,10}{20} = 4,16$$

Hasil perhitungan Analisis Diagram Kartesius pada pelayanan Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo dapat ditunjukkan pada tabel berikut sebagai berikut:

Tabel 4.9  
Koordinat *Importance – Performance Analysis*

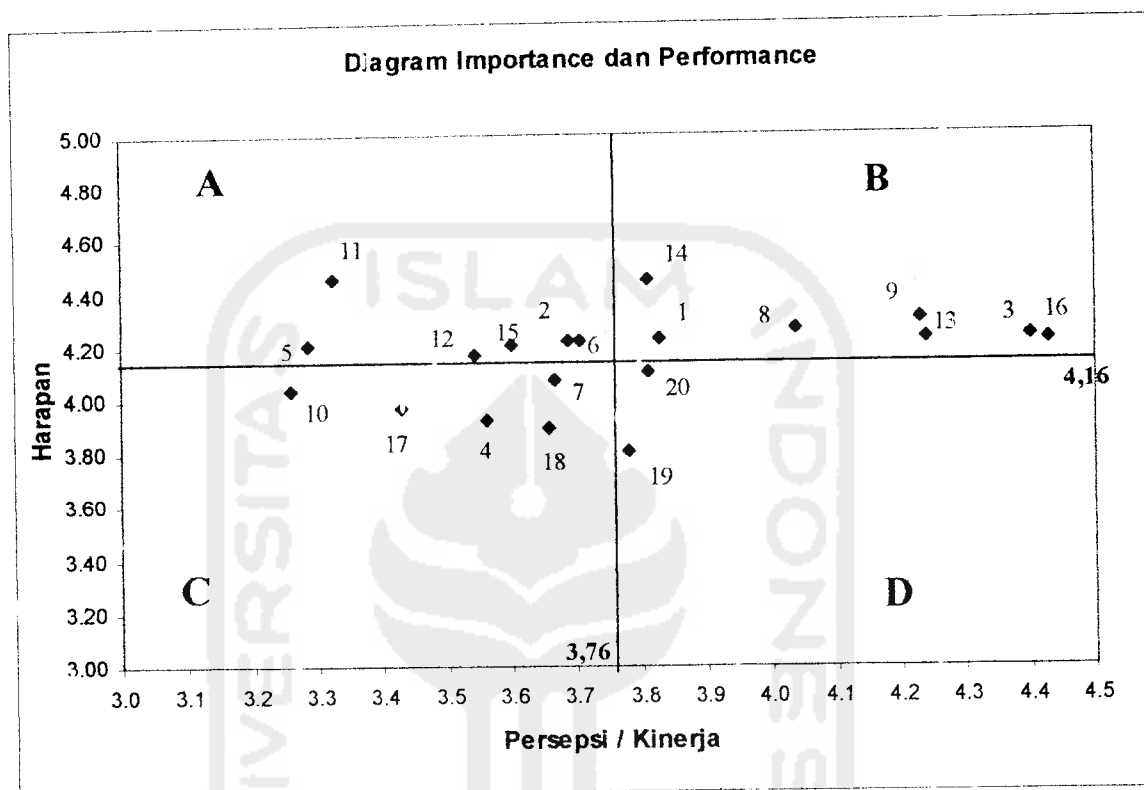
No	DIMENSI	KINERJA	HARAPAN
A. Tangibles			
1	Melayani perawatan, perbaikan dan penjualan suku cadang	3,83	4,23
2	Kebersihan bengkel secara keseluruhan	3,69	4,22
3	Teknologi dan peralatan yang digunakan	4,40	4,24
4	Kenyamanan ruang pelayanan	3,56	3,92
B. Reliability			
5	Kemampuan mengatasi masalah pelanggan	3,29	4,21
6	Kemampuan menekan kesalahan	3,70	4,22
7	Kemampuan mengetahui kemauan pelanggan	3,67	4,08
8	Kecepatan karyawan	4,04	4,27

C. Responsiveness			
9	Tanggapan karyawan melayani pelanggan	4,23	4,30
10	Kesediaan menyediakan waktu untuk menanggapi masalah pelanggan	3,26	4,04
11	Menangani masalah dengan segera	3,32	4,46
12	Respon cepat terhadap permintaan pelanggan	3,54	4,17
D. ASSURANCE			
13	Memiliki peralatan pendukung	4,24	4,23
14	Jaminan keprofesionalan karyawan	3,81	4,45
15	Garansi akan pelayanan yang diberikan	3,60	4,21
16	Jaminan penyediaan suku cadang	4,43	4,22
E. Emphaty			
17	Memberikan pelayanan tanpa memandang status	3,43	3,97
18	Pelayanan karyawan yang ramah dan sopan	3,66	3,90
19	Memahami kondisi pelanggan	3,78	3,81
20	Mampu memenuhi kebutuhan dengan solusi yang berbeda	3,81	4,10
<b>Rata-Rata Kinerja dan Harapan</b>		<b>3,76</b>	<b>4,16</b>

Sumber : Data primer diolah, 2006

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 3,76 dan rata-rata nilai harapan adalah sebesar 4,16. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata harapan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi kedalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk atribut yang nilai kinerja kurang dari 3,76 dan nilai harapannya diatas 4,16. Untuk Kuadran B, yaitu atribut-atribut yang memiliki nilai kinerja diatas 3,76 dan nilai harapannya diatas 4,16. Untuk kuadran C yaitu atribut yang memiliki nilai kinerja kurang dari 3,76 dan nilai harapannya kurang dari 4,16. Sedangkan pada kuadran D berisi atribut-atribut yang memiliki nilai kinerja lebih dari 3,76 tetapi

nilai harapannya kurang dari 4,16. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.8 diatas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



**Gambar 4.1**  
**Diagram Kartesius kualitas pelayanan pada Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo**

Berdasarkan gambar 4.1 diatas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Kuadran A

Atribut yang berada pada kuadran A artinya atribut ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat harapan pelanggan cukup tinggi.

Varibel-atribut ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan kinerjanya masih belum memuaskan.

Untuk kasus diatas atribut-atribut yang ada dalam kuadran A adalah :

- a) Atribut 2 yaitu Kebersihan bengkel secara keseluruhan.
- b) Atribut 5 yaitu Kemampuan mengatasi masalah pelanggan
- c) Atribut 6 yaitu Kemampuan menekan kesalahan
- d) Atribut 11 yaitu Menangani masalah dengan segera
- e) Atribut 12 yaitu Respon cepat terhadap permintaan pelanggan
- f) Atribut 15 yaitu Garansi akan pelayanan yang diberikan

Strategi yang seharusnya dilakukan oleh Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau performance pada keenam atribut ini yaitu dengan cara meningkatkan SDM sehingga karyawan yang bekerja tidak hanya memiliki kemampuan pada bidang teknis saja tetapi karyawan juga mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga karyawan mampu memberikan penanganan dan mengatasi masalah-masalah yang ada. Langkah yang dilakukan misalnya dengan merekrut tenaga ahli yang telah berpengalaman sehingga akan kecil kemungkinannya terhadap kesalahan yang ada. Selain itu pihak bengkel juga harus dapat memberikan pelayanan yang cepat, mengingat antrian yang panjang pada bengkel ini sebaiknya jumlah karyawan



perlu disesuaikan dengan permintaan pelanggan, sehingga pelanggan tidak perlu menunggu waktu yang cukup lama, karena hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasannya.

## 2. Kuadran B

Atribut yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat harapan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Atribut-atribut yang ada dalam kuadran B ini adalah :

- a) Atribut 1 yaitu melayani perawatan, perbaikan, dan penjualan suku cadang.
- b) Atribut 3 yaitu teknologi / peralatan yang digunakan
- c) Atribut 8 yaitu kecepatan pelayanan
- d) Atribut 9 yaitu tanggapan karyawan melayani pelanggan
- e) Atribut 13 yaitu memiliki peralatan pendukung
- f) Atribut 14 yaitu jaminan akan keprofesionalan karyawan
- g) Atribut 16 yaitu jaminan penyediaan suku cadang asli kepada pelanggan

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR di Wonosobo harus dapat mempertahankan ketujuh atribut diatas yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh pihak Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo, karena bengkel ini merupakan bengkel resmi Honda,

sehingga perusahaan harus mengedepankan keprofesionalan karyawan, dan kecepatan karyawan dalam melayani karyawan. Selain itu pihak manajemen bengkel ini juga telah menyediakan peralatan yang lengkap dan dengan teknologi terbaru sehingga mampu memberikan hasil kerja yang optimal dan jaminan suku cadang asli dari perusahaan. Masyarakat sekarang ini tidak mau tertipu dengan suku cadang palsu, sehingga mereka tidak asal memilih bengkel untuk menservice atau mengganti onderdil yang rusak. Dengan menyediakan suku cadang asli Honda, diharapkan kepuasan pelanggan akan terpenuhi.

### 3. Kuadran C

Atribut yang berada pada kuadran C adalah atribut yang memiliki tingkat harapan dan kinerja relatif rendah. Walaupun tingkat harapan pelanggan rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi pelanggan ketika menggunakan kualitas pelayanan pada Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo. Atribut yang ada pada kuadran ini adalah :

- a) Atribut 4 yaitu kenyamanan ruang pelayanan.
- b) Atribut 7 yaitu kemampuan perusahaan untuk mengetahui kemauan pelanggan
- c) Atribut 10 yaitu kesediaan menyediakan waktu untuk menanggapi masalah pelanggan.

d) Atribut 17 yaitu memberi pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan pelanggan.

e) Atribut 18 yaitu pelayanan karyawan yang ramah dan sopan.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR di Wonosobo adalah memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada kelima atribut diatas, karena ketidakpuasan pelanggan pada umumnya berawal dari atribut-atribut ini. Walaupun di ruangan di lingkungan bengkel sudah dibuat senyaman mungkin, tetapi karena bengkel mudah menimbulkan hal-hal yang kotor seperti adanya oli dan debu atau asap untuk itu kondisi ini jangan sampai mengganggu kenyamanan pelanggan. Selain itu sikap ramah, perhatian kepada setiap pelanggan tanpa membedakan – bedakan status harus ditanamkan pada diri karyawan sehingga pelanggan akan merasa diperhatikan, dan diperlakukan secara adil.

#### **4. Kuadran D**

Atribut yang berada pada kuadran D adalah atribut yang memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi atribut ini memiliki tingkat harapan yang tidak begitu tinggi. Atribut yang ada dalam kuadran ini adalah:

a) Atribut 19 yaitu mampu memahami kondisi pelanggan

b) Atribut 20 yaitu memenuhi kebutuhan yang diperlukan pelanggan dengan solusi yang berbeda satu sama lain.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus mempertimbangkan kembali kedua atribut diatas karena dirasakan terlalu berlebihan. Pemahaman akan keinginan pelanggan, hendaknya diwujudkan dalam bentuk yang nyata, misalnya mampu menyelesaikan masalah-masalah pada kendaraan pelanggan secara efektif, tanpa harus mengeluarkan biaya yang cukup besar. Solusi hendaknya ditawarkan kepada pelanggan, misalnya jika ditemukan komponen kendaraan yang sekiranya tidak diganti risikonya seperti apa, dan jika diganti biaya sebesar berapa. Dengan langkah ini maka pelanggan akan dapat mempertimbangkan kerugian dan keuntungannya, jika harus melakukan keputusan tersebut. Untuk itu sebaiknya kinerja yang ada pada kedua atribut diatas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada atribut tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa atribut yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran A.

#### **4.2.3. Analisis Diagram Kartesius Per Dimensi**

Analisis *Importance – Performance Matrix* didasarkan pada koordinat kartesius antara kinerja Bengkel Bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR Wonosobo terhadap kepentingan pada keseluruhan dimensi yang ada. Skor tiap

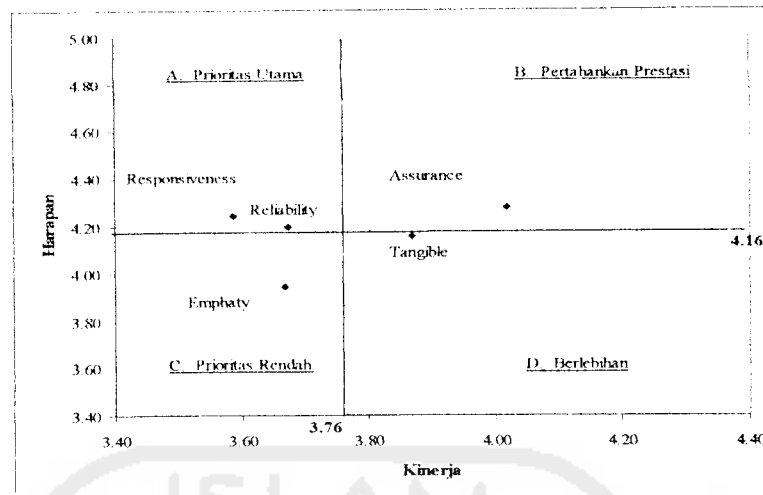
dimensi diukur dengan melakukan rata-rata baik kinerja maupun harapan pada seluruh atribut yang ada pada dimensi tersebut. Hasil indeks kinerja dan indeks kepentingan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10  
Koordinat *Importance - Performance Analysis* Per Dimensi

Dimensi	Rata-rata Kinerja	Rata-rata Harapan
Tangible	3.87	4.15
Reliability	3.67	4.19
Responsiveness	3.59	4.24
Assurance	4.02	4.28
Emphaty	3.67	3.95
<b>Rata-rata Total</b>	<b>3.76</b>	<b>4.16</b>

Sumber : Data primer diolah, 2006

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 3,76 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 4,16. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.10 di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



**Gambar 4.2**

**Diagram Importance / Performance Matrik kualitas pelayanan pada bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR di Wonosobo Per Dimensi**

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

**1. Kuadran A (Prioritas Utama)**

Dimensi yang berada pada kuadran A artinya dimensi ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingannya cukup tinggi. Dimensi-dimensi ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen, sedangkan performancinya masih belum memuaskan.

Dimensi yang berada pada kuadran A adalah dimensi Responsiveness dan Reliability. Untuk itu pihak manajemen harus dapat memprioritaskan kedua dimensi diatas sebagai faktor utama yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen. Strategi yang dilakukan adalah meningkatkan kemampuan

karyawan agar dapat menyelesaikan masalah-masalah dengan pelanggan sebaik-baiknya sehingga dapat memuaskan antara pelanggan dan pihak bengkel.

## **2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)**

Dimensi yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Dimensi kualitas pelayanan yang berada pada kuadran B adalah dimensi Assurance. Untuk itu perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanan pada dimensi ini karena telah dinilai baik oleh konsumen sesuai dengan kepentingannya. Strategi yang hendaknya dilakukan adalah mempertahankan keprofesionalan karyawan dan penyediaan suku cadang yang selama ini telah dinilai baik oleh pelanggan, karena hal tersebut merupakan faktor yang memotivasi pelanggan untuk selalu merawat kendaraannya di bengkel tersebut.

## **3. Kuadran C (Prioritas Rendah)**

Dimensi yang berada pada kuadran C adalah dimensi yang memiliki tingkat performance dan importance relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan konsumen rendah namun performance yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen ketika menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan oleh bengkel AHAS 1568 FAMILY MOTOR di Wonosobo. Dimensi yang berada pada kuadran C adalah dimensi Emphaty. Untuk itu

pihak bengkel harus dapat memberikan perhatian yang cukup untuk meningkatkan dimensi empathy, karena kinerja masih dirasa rendah. Strateginya adalah menggunakan tenaga yang telah berpengalaman sehingga mampu memberikan solusi terbaik bagi pelanggan.

#### **4. Kuadran D (Terlalu Berlebihan)**

Dimensi yang berada pada kuadran D adalah dimensi yang memiliki performance yang menurut konsumen sangat baik, tetapi dimensi ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu penting. Dimensi yang berada pada kuadran ini adalah dimensi Tangible. Strategi yang seharusnya dilakukan yaitu pihak perusahaan mempertimbangkan kembali pada pelayanan Tangible karena dimensi ini terlalu berlebihan, dimana dimensi ini kurang dipentingkan oleh konsumen tetapi kinerjanya diatas nilai rata-rata.