

TUGAS AKHIR

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PERAWATAN BERKALA SEPEDA MOTOR DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DAN POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUES

(Studi Kasus Bengkel Servis Yamaha Intan Motor Kroya)

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Teknik Industri**



Oleh

Nama : Anwar Yunus

No. Mahasiswa : 06 522 025

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2012

LEMBAR PENGAKUAN

Demi Allah saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual, saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 2 April 2012

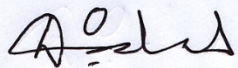
Anwar Yunus
06522025

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN PERAWATAN BERKALA SEPEDA
MOTOR DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS DAN POTENTIAL GAIN IN
CUSTOMER VALUES**

(Studi Kasus Bengkel Servis Yamaha Intan Motor Kroya)



Dosen Pembimbing


(Drs. HR. Abdul Jalal, MM.)

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN PERAWATAN BERKALA SEPEDA MOTOR
DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS DAN POTENTIAL GAIN IN
CUSTOMER VALUES**

(Studi Kasus Bengkel Servis Yamaha Intan Motor Kroya)

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Anwar Yunus
No. Mahasiswa : 06 522 025

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai
Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Teknik Industri

Yogyakarta, 30 April 2012

Tim Penguji

Drs. HR. Abdul Jalal, MM.
Ketua

Drs. M. Ibnu Mastur, MSIE
Anggota I

Ir. Ali Parkhan, MT
Anggota II



(Handwritten signatures of the examiners)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia

(Handwritten signature of the Dean)
Drs. H. M. Ibnu Mastur, MSIE

24
5 2012

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk :

Kedua Orangtuaku...

H. Muckhsinudin dan Hj. Chotimah

Tercinta

Terimakasih atas ketulusan limpahan Cinta, kasih sayang, do'a, dan pengorbanan

Yang selalu mengiringi langkahku

Kakak ku...

Terima kasih atas dukungannya menjaga semangat adek mu ini

Kisah kalian selalu menjadi inspirasi dan motivasi

Sahabat-sahabatku...

yang selalu ada buat aku

Terima kasih untuk cinta, kasih sayang, kesabaran, pengorbanan, pengertian dan perhatian yang telah kalian berikan sampai saat ini.

Yang Selalu Membuatku Tersenyum...

Meskipun kamu jauh disana tetapi

Selalu kubanggakan atas ketulusan dan kesabarannya menemaniku, selalu memberiku semangat sampai karya ini terwujud

MOTTO

مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ.

Artinya: "Barangsiapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah mudahkan baginya jalan menuju Surga."

(HR. Muslim)

إِذَا مَاتَ الْإِنْسَانُ انْقَطَعَ عَمَلُهُ إِلَّا مِنْ ثَلَاثٍ؛ صَدَقَةٌ جَارِيَةٌ أَوْ عِلْمٌ يُنْفَعُ بِهِ أَوْ وَلَدٌ صَالِحٌ يَدْعُو لَهُ.

Artinya: "Jika manusia mati terputuslah amalnya kecuali tiga: shadaqah jariyah, atau ilmu yang dia amalkan atau anak shalih yang mendoakannya."

(HR. Muslim)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan". (Al

Insyirah 5)

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum, Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas pelayanan Perawatan Berkala Sepeda Motor Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Potential Gain In Customer Values” sesuai dengan waktu yang diharapkan.

Tugas Akhir ini wajib ditempuh oleh mahasiswa Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang studi Strata 1.

Kelancaran dalam mempersiapkan dan menyelesaikan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis haturkan kepada :

1. Bapak Ir. Gumbolo Hadi Susanto, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. H. M. Ibnu Mastur, MSIE. Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Drs. R. Abdul Djalal, MM, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir ini.

4. Bapak M. Waris Nur Hanafi, selaku Pimpinan Dealer dan Bengkel Servis Yamaha Intan Motor Kroya yang telah meluangkan waktu untuk berdiskusi dan bertukar pikiran.
5. Ayahku H. Muckhsinudin. dan Ibuku Hj. Chotimah tercinta yang telah memberikan kasih sayang, dukungan dan doa yang tulus selama ini.
6. Semua pihak yang telah memberikan masukan, dorongan dan semangat dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas jasa-jasanya yang diberikan kepada penulis. Akhir kata semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi semua pembaca umumnya dan bagi penulis khususnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 2 April 2012

Penyusun

Anwar Yunus

ABSTRAK

Semakin banyaknya industri yang bergerak di bidang jasa menjadikan perusahaan saling berlomba mendapatkan konsumen, salah satu cara yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan jasa. Kualitas pelayanan jasa yang baik berarti perusahaan mampu memberikan pelayanan yang memuaskan sehingga harapan konsumen dapat terpenuhi. Untuk memenuhi harapan konsumen maka perusahaan harus membuat konsumen merasa puas agar tumbuh rasa loyalitas pada diri konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harapan dari konsumen pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh Yamaha Intan Motor dan sejauh mana pelayanan yang telah diberikan. Penggunaan metode Importance Performance Analysis (IPA) bertujuan untuk mengetahui atribut apa saja yang perlu mendapat perbaikan. Kemudian dengan metode Potential Gain in Customer Value (PGCV) dapat diketahui urutan prioritas perbaikan atribut yang telah diberikan Yamaha Intan Motor. Perhitungan IPA menghasilkan tiga atribut yang perlu mendapat perbaikan, yang di prioritaskan untuk diperbaiki yang terdapat pada diagram kartesius yaitu atribut yang pertama adalah memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai seperti TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah yang memiliki Tingkat Kesesuaian 71,67%, atribut yang kedua adalah memiliki tempat parkir yang luas dengan Tingkat Kesesuaian 73,30% atribut yang ketiga memiliki rak untuk menyimpan helm dan barang konsumen. Sedangkan Berdasarkan perhitungan Potential Gain in Customer Value (PGCV) didapat urutan prioritas perbaikan untuk atribut yang pertama adalah Memiliki tempat parkir yang luas dengan indeks PGCV sebesar 8,15, atribut kedua adalah Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai seperti TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah dengan Indeks sebesar PGCV 7,99 atribut ketiga memiliki rak untuk menyimpan helm dan barang konsumen dengan Indeks PGCV sebesar 7,97

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Diagram kartesius, Kepuasan pelanggan, harapan pelanggan, IPA, PGCV

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PENGAKUAN	II
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	III
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	IV
HALAMAN PERSEMBAHAN	V
MOTTO	VI
KATA PENGANTAR	VII
ABSTRAKSI	IX
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XIV
DAFTAR GAMBAR	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
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 Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Pendahuluan	7
2.2 Jasa	7
2.2.1 Kualitas Jasa.....	9
2.2.2 Kualitas Pelayanan Jasa	11
2.2.3 Elemen Kualitas Pelayanan.....	14
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	16
2.3.1 Model Pengukuran Kepuasan Konsumen	20
2.4 Kuisisioner	22
2.5 Sampling.....	23
2.6 Teknik Penguji Instrumen	23
2.7 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	24
2.8 <i>Metode Potential Gain In Customer Values (PGCV)</i>	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	31
3.1 Pendahuluan	31
3.2 Obyek Penelitian	31
3.3 Identifikasi Masalah	31
3.4 Data yang Dibutuhkan.....	33
3.5 Pengolahan Data.....	33
3.5.1 Uji Kecukupan Data.....	33
3.5.2 Uji validitas	34

3.5.3 Uji Reliabilitas.....	35
3.5.4 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	37
3.5.4.1 Analisis Tingkat Kesesuaian	37
3.5.4.2 Analisis Diagram Kartesius	38
3.5.5 <i>Potential Gain In Customer Values</i> (PGCV)	40
3.6 Analisis Hasil	41
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	42
4.1 Pengumpulan Data	42
4.1.1 Profil Perusahaan.....	42
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	43
4.1.3 Pelayanan Dealer dan Bengkel Servis Yamaha Intan Motor	43
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	45
4.2 Pengolahan Data.....	46
4.2.1 Uji Kecukupan Data	46
4.2.2 Uji Validitas	47
4.2.3 Uji Reabilitas.....	51
4.2.4 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	53
4.2.4.1 Tingkat Kesesuaian.....	53
4.2.4.2 Diagram Kartesius	58
4.2.5 <i>Potential Gain In Customer Values</i> (PGCV)	59
BAB V PEMBAHASAN	65
5.1 Analisis Data Hasil Kuisioner	65
5.1.1 Uji Kecukupan Data	64

5.1.2 Pengujian Validitas	65
5.1.3 Pengujian Reliabilitas.....	65
5.2 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	66
5.2.1 Atribut- Atribut Yang Berada Pada Kuadran I.....	67
5.2.2 Atribut- Atribut Yang Berada Pada Kuadran II	69
5.2.3 Atribut- Atribut Yang Berada Pada Kuadran III.....	70
5.2.4 Atribut- Atribut Yang Berada Pada Kuadran IV	71
5.3 Analisis <i>Potential Gain In Customer Values</i> (PGCV)	72
BAB VI PENUTUP	76
6.1 Kesimpulan.....	76
6.2 Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Tabel Uji Validitas Atribut	50
Tabel 4.2 Tabel Tingkat Kesesuaian.....	53
Tabel 4.3 Tabel Keputusan Terhadap Atribut.....	55
Table 4.4 Perhitungan Rata- Rata Kinerja dan Tingkat kepentingan	59
Table 4.5 Perhitungan Indeks PGCV	61
Tabel 5.1 Atribut-atribut kuadran 1	67
Table 5.2 Atribut- atribut kuadran II.....	69
Table 5.3 Atribut- atribut kuadran III	70
Table 5.4 Atribut- atribut kuadran IV	71
Tabel 5.5 Urutan Perbaikan Berdasarkan Perhitungan PGCV	72
Table 5.6 Atribut – atribut pada kuadran I berdasarkan perhitungan PGCV.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Kartesius.....	26
Gambar 3.1 Diagram alir kerangka penelitian.....	32
Gambar 3.2 Diagram Kartesius.....	39
Gambar 4.1 Yamaha Intan motor Kroya.....	42
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Yamaha Intan Motor.....	45
Gambar 4.2 Diagram Kartesius.....	58
Gambar 5.1 Diagram Kartesius.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan bengkel servis motor yang cukup pesat memberikan semakin banyak pilihan tersedia bagi para pelanggan bengkel servis motor. Pengguna jasa bengkel servis motor dapat digolongkan dalam konsumen yang cukup rasional. Mereka akan mempertimbangkan keputusan untuk memilih bengkel servis motor, melalui proses yang biasanya diawali analisis kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi, dan pengambilan keputusan. Pertumbuhan bengkel servis motor yang cukup pesat menyebabkan semakin ketatnya persaingan yang terjadi antar bengkel servis motor. Sehingga para pemilik bengkel harus membuat strategi yang menarik untuk mempertahankan pelanggan karena kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,2005:70). Kepuasan pelanggan dipandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya ketrampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh beberapa factor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis

kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian (Assegaff,2009:174).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan setelah menggunakan barang atau jasa. Pelanggan yang bertahan memiliki peranan penting dalam persaingan bisnis yang ketat bagi pencapaian performa bisnis yang tinggi (Crane, 1991). Dengan menerapkan strategi kualitas pelayanan yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperluas jumlah pelanggan, dengan fokus utama untuk mempertahankan pelanggan. Sedangkan pelanggan yang bertahan menjadi fokus utama. Kepuasan konsumen juga sangat berpengaruh dengan kesetiaan pelanggan, apabila pelanggan puas terhadap barang atau kualitas layanan yang diberikan maka akan memunculkan minat beli pelanggan meningkat dan membuat pelanggan melakukan pembelian kembali (*repurchase*).

Masalah mutu pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang baru, berbeda dengan kualitas barang, kualitas jasa tidak mudah diketahui. Mengingat bengkel-bengkel servis yang semakin lama semakin banyak maka persaingan bukan hanya antara dealer-dealer saja, untuk itu PT. YAMAHA Indonesia sebagai produsen sekaligus marketing serta layanan jasa dibidang otomotif melalui dealer Yamaha Cilacap, sudah semestinya berorientasi pada kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Perencanaan strategi yang tepat sasaran menjadi satu hal yang perlu dipersiapkan dan direncanakan secara matang secara kontinyu mengikuti kebutuhan pelanggan. Karena persepsi dari produk Yamaha yang telah dikenal irit dan tangguh serta kualitas pelayanan dengan fasilitas yang memadai, membuat pelanggan mempunyai daya beli yang tinggi terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan harus terus berupaya agar konsumen dapat menjadi pelanggan yang loyal.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang peningkatan kualitas layanan perawatan berkala pada dealer motor Yamaha. Dengan menganalisis tingkat kepentingan/harapan (*Importance*) pelanggan dan kinerja (*Performance*) pada dealer, maka dapat diketahui sejauh mana tingkat perbaikan yang diinginkan oleh pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Dengan menggunakan *Potential Gain in Customer Value* dapat diketahui fasilitas atau atribut apa yang secara prioritas harus diperbaiki untuk memenuhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi perusahaan untuk membantu menentukan strategi-staregi yang lebih berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

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

1. Apakah tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan (*Satisfaction*) pelanggan terhadap kinerja (*Performance*) pelayanan dealer dan bengkel servis di Yamaha Intan Motor Kroya sudah sesuai dengan keinginan pelanggan?
2. Berapa perbandingan prioritas perbaikan layanan berdasarkan Tingkat Kesesuaian dan Potential Gain in Customer Value (PGCV)?

1.3. .Batasan Masalah

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

1. Penelitian hanya membahas mengenai kualitas layanan perawatan berkala pada produk sepeda motor.

2. Penelitian dilakukan dengan cara menyebar kuisisioner secara acak kepada pelanggan yang melakukan servis pada dealer Yamaha.
3. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner tertutup. Dengan demikian untuk setiap pertanyaan disediakan alternatif jawaban yang memungkinkan responden untuk memilih jawaban yang paling sesuai dengan pendapatnya
4. Obyek penelitian hanya pada pengguna sepeda motor Yamaha yang menggunakan jasa layanan perawatan berkala di dealer dan bengkel service Yamaha Intan Motor Jl. Ahmad Yani Kroya Cilacap.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menemukan strategi atau usaha yang harus dilakukan agar pelanggan Yamaha Intan Motor merasa puas.
2. Mengetahui kriteria-kriteria yang menjadi prioritas perbaikan layanan berdasarkan Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) dalam meningkatkan kualitas pelayanan di Yamaha Intan Motor.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

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

2. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan kemampuan dalam mengaplikasikan ilmu-ilmu teknik industri dalam memecahkan permasalahan nyata dilapangan.

3. Bagi Penelitian lain

Sebagai referensi pada penelitian-penelitian lain berikutnya, khususnya untuk penyelesaian permasalahan yang berkaitan dengan kualitas layanan.

4. Bagi Pembaca

Memberikan pengetahuan bagi mereka yang berkecimpung di dunia bisnis dan berkaitan dengan usaha mempertahankan dan meningkatkan pelanggan.

1.6. Sistematika Penulisan

Pada penulisan tugas akhir ini akan disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Memuat kajian singkat tentang latar belakang dilakukan kajian permasalahan yang dihadapi, rumusan masalah yang dihadapi, batasan yang ditemui, tujuan penelitian, manfaat, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Disamping itu juga memuat uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Mengandung uraian tentang kerangka dan bagan alir penelitian, teknik yang dilakukan, model yang dipakai, pembangunan dan pengembangan model, bahan atau materi, alat, tata cara penelitian dan data yang dikaji serta cara analisis yang dipakai.

BAB IV PENGOLAHAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

Pada sub bab ini berisi tentang data yang diperoleh selama penelitian dan bagaimana menganalisa data tersebut. Hasil pengolahan data ditampilkan baik dalam bentuk tabel maupun grafik. Yang dimaksud dengan pengolahan data juga termasuk analisis yang dilakukan terhadap hasil yang diperoleh. Pada sub bab ini merupakan acuan untuk pembahasan hasil yang akan ditulis pada sub bab V yaitu pembahasan hasil.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dilakukan pembahasan hasil yang diperoleh dalam penelitian, dan kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan sebuah rekomendasi.

BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berisi tentang kesimpulan terhadap analisis yang dibuat dan rekomendasi atau saran-saran atas hasil yang dicapai dan permasalahan yang ditemukan selama penelitian, sehingga perlu dilakukan rekomendasi untuk dikaji pada penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pendahuluan

Pada bab ini akan di bahas tentang beberapa konsep dan teori yang menjadi dasar penelitian, serta beberapa metode sebagai instrumen penyelesaian masalah sehingga tujuan penelitian yang telah dirumuskan diawal proses dapat tercapai secara efisiensi. Konsep dasar kepuasan pelanggan diberikan awal, kemudian diikuti metode-metode yang diperlukan berkaitan masalah tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sonya Mahanani (2010) melakukan penelitian “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik”. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PLN dalam pembayaran rekening listrik dengan sistem *Payment Point Online Bank (PPOB)*.

Selain itu ada Indra Kurniawan (2011) melakukan penelitian “ Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan *Importance Performance Matrix Dan Analytical Hierarchy Process* Pada Jasa Industri Perbankan”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui variabel – variabel yang menurut nasabah dianggap penting dan dianggap tidak terlalu penting kemudian mampu menentukan variabel prioritas perbaikan agar kualitas pelayanan meningkat.

2.2 Jasa

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (Lupiyoadi dan

Hamdani,2006:5). Menurut Kotler (2005:111), jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik. Definisi lain jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono,2006:6).

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan jasa.

Sementara perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah mereka yang memberikan konsumen produk jasa baik yang berwujud atau tidak. Di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas tersebut tidak berwujud (Lupiyoadi dan Hamdani,2006:6).

Menurut Philip Kotler karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut:

1. *Intangible* (tidak berwujud)

Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi di mana jasa tersebut diberikan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Industri jasa bervariasi, yaitu sektor pemerintah, sektor nirlaba swasta, sektor bisnis dan sektor produksi (Kotler,2005:110).

1. Sektor Pemerintah, seperti : pengadilan, pelayanan ketenagakerjaan, rumahsakit, lembaga pemberi pinjaman, pemadam kebakaran, kantor pos dan sekolah.
2. Sektor Nirlaba Swasta, seperti : museum, badan amal, gereja, perguruan tinggi, yayasan dan rumah sakit.
3. Sektor Bisnis, seperti : perusahaan penerbangan, bank, hotel, perusahaan asuransi, firma hukum, perusahaan konsultan manajemen, praktik kedokteran, perusahaan film, perusahaan real estate.
4. Sektor Produksi, seperti : operator komputer, akuntan dan staf hukum.

2.2.1 Kualitas Jasa

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan

produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Menurut Philip Kotler macam-macam jasa terbagi sebagai berikut:

a. Barang berwujud murni

Di sini hanya terdiri dari barang berwujud seperti sabun, pasta gigi, dll.

b. Barang berwujud yang disertai jasa

Di sini terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik pelanggan.

Contoh: produsen mobil tidak hanya menjual mobil saja, melainkan juga kualitas dan pelayanan kepada pelanggannya (reparasi, pelayanan pasca jual)

c. Campuran

Di sini terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama.

Contoh: restoran yang harus didukung oleh makanan dan pelayanannya.

d. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Di sini terdiri dari jasa utama dengan jasa tambahan dan atau barang pelengkap.

Contoh: penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi. Mereka sampai di tempat tujuan tanpa sesuatu hal berwujud. Namun, perjalanan tersebut meliputi barang-barang berwujud seperti makanan dan minuman, potongan tiket dan majalah penerbangan.

e. Jasa murni

Di sini hanya terdiri dari jasa.

Contoh: jasa menjaga bayi, psikoterapi, dll.

Kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Jenis kualitas yang digunakan untuk menilai kualitas jasa adalah sebagai berikut :

- a. Kualitas Teknik (outcome), yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri.
- b. Kualitas Pelayanan (proces), yaitu kualitas cara penyampaian jasa tersebut.

Karena jasa tidak kasat mata serta kualitas teknik jasa tidak selalu dapat dievaluasi secara akurat, konsumen atau pelanggan berusaha menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu atribut atau variabel-variabel yang mewakili kualitas proses dan kualitas pelayanan.

2.2.2 Kualitas Pelayanan Jasa

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2006:51). Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan (Lupiyoadi dan Hamdani,2006:175). Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu

produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Menurut Tjiptono (2006:51), terdapat 5 macam perspektif kualitas, yaitu:

1. *Transcendental approach*

Kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, di mana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan, biasanya diterapkan dalam dunia seni.

2. *Product-based approach*

Kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.

3. *User-based approach*

Kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas tinggi.

4. *Manufacturing-based approach*

Kualitas sebagai kesesuaian / sama dengan persyaratan. Dalam sektor jasa bahwa kualitas seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya.

5. *Value-based approach*

Kualitas dipandang dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam pengertian ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu

produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) (Usmara,2003:231). Definisi lain kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan (Assegaff,2009:173).

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono,2006:59)

Menurut Tjiptono (2006:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada “dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada

kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

2.2.3 Elemen Kualitas Pelayanan

Menurut Tandjung (2004:109-112) elemen kualitas jasa (pelayanan) terdiri dari :

1. Bukti Fisik

Menurut Tjiptono (2006:70), bukti fisik (*tangible*) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bias berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan. Prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin (AC), alat telekomunikasi yang canggih atau perabot kantor yang berkualitas, dan lain-lain menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu produk / jasa.

2. Keandalan

Menurut Tjiptono (2006:70), keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk / jasa yang handal. Produk / jasa jangan sampai mengalami kerusakan / kegagalan. Dengan kata lain, produk / jasa tersebut harus selalu baik. Para anggota perusahaan juga

harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti.

3. Daya Tanggap

Menurut Tjiptono (2006:70), daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan

Para anggota perusahaan harus memperhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apa pun posisi seseorang di perusahaan hendaknya selalu memperhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.

4. Jaminan

Menurut Tjiptono (2006:70), jaminan (*assurance*) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. IBM sangat menekankan faktor-faktor tersebut kepada para teknisi yang menangani pemasangan dan layanan purna jual. Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula.

5. Empati

Menurut Tjiptono (2006:70), empati (*empathy*) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimal tiga kali, lalu segera dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet. Dengan memahami pelanggan, bukan berarti anggota perusahaan merasa “kalah” dan harus “mengiyakan” pendapat pelanggan, tetapi paling tidak mencoba untuk melakukan kompromi bukan melakukan perlawanan.

2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,2005:70). Sedangkan menurut Sumarwan (2003:322), kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas

konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (*performance expectation*), harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen. Fungsi produk yang sesungguhnya dirasakan nasabah sebenarnya adalah persepsi nasabah terhadap kualitas produk tersebut. Didalam mengevaluasi kualitas suatu produk atau jasa, konsumen akan menilai berbagai atribut (dimensi kualitas pelayanan dan dimensi kualitas produk).

Kaitan antara kepuasan konsumen dan kesetiaan konsumen tidak bersifat proporsional. Andaikan kepuasan konsumen diberi peringkat dengan skala satu sampai lima. Pada level kepuasan konsumen yang sangat rendah (level satu), para konsumen cenderung menjauhi perusahaan dengan menyebarkan cerita jelek tentang perusahaan tersebut. Pada level dua sampai empat, konsumen agak puas tetapi masih merasa mudah untuk beralih ketika tawaran yang lebih baik muncul. Pada level kelima, konsumen sangat cenderung membeli ulang dan bahkan menyampaikan cerita pujian tentang perusahaan. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan tersebut, tidak sekedar suka yang berlebihan.

Persepsi konsumen mengenai mutu suatu jasa dan kepuasan menyeluruh, mereka memiliki beberapa indikator / petunjuk yang bisa dilihat (Supranto, 2001:44). Konsumen mungkin tersenyum ketika mereka berbicara mengenai barang atau jasa. Konsumen mungkin mengatakan hal-hal yang bagus tentang barang atau jasa. Senyum suatu bukti bahwa seseorang puas, cemberut sebaliknya mencerminkan kekecewaan.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan tentang sikap dan persepsi konsumen mengenai barang / jasa dengan meneliti manifestasi yang terkait dengan produk / jasa

yang dilihat. Manifestasi yang terlihat adalah jawaban-jawaban yang diberikan para pelanggan melalui pengisian kuesioner kepuasan konsumen. Kalau para konsumen menunjukkan hal-hal yang bagus tentang produk / jasa pada kuesioner kepuasan pelanggan dan mendemonstrasikan indikasi perilaku positif lainnya.

Ketika membentuk suatu kuesioner atau skala yang menilai sikap dan persepsi konsumen dalam upaya membentuk kebutuhan konsumen, perlu mempertimbangkan isu ukuran untuk menjamin bahwa skor yang diperoleh dari instrumen berupa kuesioner mencerminkan informasi yang akurat tentang konstruk yang mendasarinya. Tekanan pada isu pengukuran dalam kepuasan pelanggan sama pentingnya dengan isu pengukuran mengenai instrumen yang dirancang untuk mengukur obyek berupa barang yang bisa diraba (*tangible*).

Terdapat lima faktor yang harus diperhatikan perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu (Fandy Tjiptono, 2001):

- a. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- c. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia jika menggunakan produk dengan merk yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi.
- d. Harga, produk yang mempunyai kualitas sama tetapi harganya relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- e. Biaya, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas pada produk atau jasa.

Untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

1. Menentukan segmen pasar dimana produk akan diarahkan.

Hal ini sangat berguna untuk melihat struktur pasar, pasar dapat disegmentasikan berdasar segmentasi geografik, segmentasi demografik psikografik, dan segmen perilaku.

3. Mengidentifikasi faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan

1. Melakukan riset untuk mengidentifikasikan faktor-faktor yang paling penting bagi pasar sasaran.
2. Memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan faktor-faktor utama tersebut.

- c. Mengelola harapan pelanggan

Disini perusahaan dapat mengelola janji-janji yang diberikan kepada pelanggan sehingga tidak menimbulkan harapan pelanggan yang secara realitas tidak dapat untuk dilaksanakan.

- d. Mengelola bukti (*vidence*) kualitas pelayanan

Jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sehingga pelanggan akan cenderung memperhatikan fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai kualitas misalnya sarana gedung dan penampilan pihak pelaksanaan.

- e. Mendidik pelanggan tentang jasa

Dilakukan untuk meningkatkan pemahaman pelanggan mengenai suatu jasa sehingga dapat memahami kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

f. Mengembangkan sistem informasi kualitas pelayanan

Sistem informasi kualitas pelayanan merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam pendekatan riset sebagai sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas jasa untuk mendukung pengambilan keputusan.

Apabila Seorang pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan senantiasa melakukan (Kotler, 1994):

1. Membeli lebih banyak dan setia lebih lama.
2. Membeli jenis produk barang atau produk yang disempurnakan oleh perusahaan.
3. Memuji-muji perusahaan dan produknya pada orang lain.
4. Kurang memperhatikan merk dan iklan saingan serta kurang memperhatikan laba.

2.3.1. Model Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen. Tjiptono (2006:148) mengemukakan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bias digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah

dijangkau atau sering dilewati konsumen), menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot lines*), dan lain-lain.

2. Survei kepuasan konsumen

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen. Pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai cara (Tjiptono,2006:18):

a. Directly reported satisfaction

Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

b. Derived dissatisfaction

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

c. Problem analysis

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. Importance-performance analysis

Dalam teknik ini, responden diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/ atribut tersebut.

3. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan /pembeli potensial produk

perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

4. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.4. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kumpulan pertanyaan yang berisi hal-hal yang ingin diteliti, dalam hal ini tentang penilaian kepentingan pelanggan dan kinerja layanan yang diberikan pelayanan servis berkala sepeda motor pada dealer Yamaha. Pada penelitian ini menggunakan skala Likert, dengan 5 (lima) tingkat jawaban mengenai kepentingan responden terhadap suatu pertanyaan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Nazir, 2003). Dalam skala Likert tingkat kepentingan responden diklasifikasikan sebagai berikut : Sangat penting (SP), Penting (P), Cukup Penting (CP), Kurang Penting (KP), dan Tidak Penting (TP). Sedangkan untuk tingkat kinerja diklasifikasikan sebagai berikut : Sangat Memuaskan (SM), Memuaskan (M), Cukup Memuaskan (CM), Kurang Memuaskan (KM), dan Tidak Memuaskan (TM).

2.5. Sampling

Data dapat diambil secara keseluruhan pada suatu populasi dengan cara sensus. Jika ada keterbatasan kemampuan dengan cara sensus, maka dapat diusahakan dengan mengambil sebagian data dari populasi yang ada dengan cara mengambil sampel secara acak (sampling). Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subjek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi (Supardi, 2005). Sampel penelitian meliputi sejumlah responden yang lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 reponden (Walpole dan Myers, 1986). Semakin besar sampel/responden, maka akan memberikan hasil yang lebih akurat.

2.6. Teknik Penguji Instrumen

Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuisisioner/angket, yaitu keharusan sebuah angket untuk *valid* dan *reliable*.

1. Uji Validitas

Kesahihan (validitas) adalah tingkat kemampuan suatu intrumen untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen tersebut (Sutrisno Hadi, 1995). Suatu angket/kuisisioner dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Analisis kesahihan atribut dilakukan bertujuan untuk menguji apakah tiap-tiap atribut pertanyaan telah mengungkapkan faktor yang ingin diselidiki sesuai dengan kondisi populasinya. Suatu atribut dikatakan sah apabila kerelasi atribut dengan faktor positif dan r hitung $>$ r tabel. Pengujian terhadap validitas item dalam dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji

Korelasi Produk Momen Pearson (aplikasi uji validitas dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 16).

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban atau tanggapan responden terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan. Sutrisno Hadi (1991), menyatakan bahwa uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur (instrumen) dapat memperlihatkan kemantap atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan instrumen tersebut dalam waktu berikutnya dengan kondisi tetap yang apabila diukur tidak terjadi perubahan. Keandalan berarti bahwa berapa kali pun atribut-atribut kuisioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut. Sama halnya dengan pengujian validitas di atas, pengujian reliabilitas ini juga dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 16.

2.7. Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara kinerja (*performance*) dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Latu & Everett, 2000).). Metode ini dimaksudkan sebagai kerangka kerja di dalam memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari *expectation* (*importance* atau tingkat kepentingan) terkait dengan suatu atribut serta penilaian pelanggan terhadap kinerja organisasi (*performance*) dilihat dari atribut terkait (Magal dan Levenburg, 2005).

Dari berbagai penelitian, metode IPA mampu memberikan informasi penting kepada pengelola industri jasa baik berupa ukuran kepuasan pelanggan maupun alokasi sumberdaya secara efisien, keduanya dalam format yang mudah diterapkan (Wade dan Eagles, 2003).

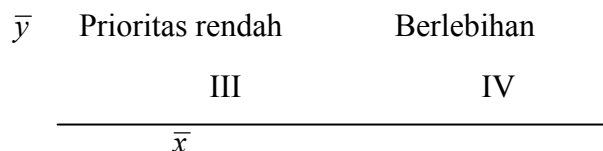
Pada konsep *Importance Performance Analysis* ini sebenarnya berasal dari konsep *Service Quality* (SERVQUAL), Konsep ini berisi bagaimana menerjemahkan yang diinginkan oleh konsumen diukur dalam kaitanya dengan apa yang harus dilakukan oleh perusahaan agar menghasilkan produk berkualitas, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud (Supranto, 2001).

Bila konsep *SERVQUAL* hanya menganalisis tentang kesenjangan atau gap yang terjadi antara keinginan atau harapan dari konsumen dengan kinerja yang telah diberikan oleh produsen, maka pada konsep *Importance Performance Analysis* ini, dapat menganalisis tentang tingkat kepentingan/harapan dari konsumen dengan kinerja dari perusahaan tersebut. Dengan demikian, perusahaan akan lebih terarah dalam melaksanakan strategi bisnis sesuai dengan prioritas kepentingan konsumen yang paling dominan.

Analisis diawali dengan sebuah kuisisioner yang disebarakan kepada pelanggan, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam sekali Likert, yaitu apakah menurut pelanggan hal tersebut penting dilaksanakan dan untuk mengetahui baik atau tidaknya kinerja yang telah diberikan,.

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dalam diagram kartesius *Importance Performance Analysis* (Supranto, 2001).

	\bar{x}	
Prioritas utama	Pertahankan prestasi	
I	II	\bar{y}



Gambar 2.1 Diagram Kartesius

Empat kuadran yang menjadi empat strategi, tergantung pada kuadran manakah yang menjadi penilaian konsumen atas produk atau jasa yang dikeluarkan. Untuk penilaian terhadap empat kuadran dapat dilihat penjelasan dibawah ini :

1. Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja rendah.
2. Kuadran kedua (II), menunjukkan daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga tinggi.
3. Kuadran ketiga (III), sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain.
4. Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi konsumen tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang dibenahi.

Dalam menjawab sampai sejauh mana tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap kinerja perawatan berkala sepeda motor Yamaha, 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 pelanggan.

Dalam hal ini digunakan 5 tingkat skala (*Likert*) untuk melakukan penilaian tingkat kepentingan pelanggan, yang terdiri dari :

1. Sangat penting, diberi bobot 5
2. Penting, diberi bobot 4
3. Cukup penting, diberi bobot 3
4. Kurang penting, diberi bobot 2
5. Tidak penting, diberi bobot 1

Untuk kinerja atau penampilan diberikan lima penilaian sebagai berikut :

1. Sangat Memuaskan, diberi bobot 5
2. Memuaskan, diberi bobot 4
3. Cukup Memuaskan, diberi bobot 3
4. Kurang Memuaskan, diberi bobot 2
5. Tidak Memuaskan, diberi bobot 1

Dari hasil penilaian terhadap tingkat kepentingan dan hasil penilaian dari kinerja/penampilan maka akan dapat dilihat satu 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 diwakili 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 :

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\%$$

Dengan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

xi = Skor penilaian kinerja/realita perusahaan

yi = Skor penilaian kepentingan/ekspektasi pelanggan

Pada sumbu (y) diisi dengan skor tingkat kepentingan/ekspektasi, dan pada sumbu mendatar (x) akan diisi dengan skor tingkat pelaksanaan/realita. Untuk menyederhanakan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah:

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{n}$$

$$\bar{y} = \frac{\sum yi}{n}$$

Dengan :

\bar{x} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/realita

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

Diagram Kartesius merupakan suatu bangunan atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (\bar{x}, \bar{y}) . Dimana \bar{x} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen dari sebuah faktor atribut dan \bar{y} adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Seluruhnya ada K faktor :

$$\bar{\bar{x}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{x}_i}{k}$$

$$\bar{\bar{y}} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{y}_i}{k}$$

Dimana :

k = Banyaknya faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen

2.8. Metode *Potential Gain In Customer Values* (PGCV)

Alat ini dipergunakan untuk melengkapi hasil analisis dari *importance* dan *performance*. Alat ini dipakai untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh produsen. Analisis dari *importance* dan *performance* kurang dapat merekomendasikan perbaikan yang menjadi prioritas utama. Karena itu digunakan alat analisis yang lain yaitu analisis melalui angka indeks PGCV.

Analisis pelanggan melalui angka indeks PGCV pertama kali ditulis dalam sebuah jurnal yaitu *Quality Progres* edisi maret 1997 oleh William C Hom yang menyatakan bahwa indeks PGCV merupakan konsep dan peralatan yang mudah untuk menganalisa pelanggan. Kemudahan tersebut memberikan jalan bagi diagram *importance* dan *performance* untuk dapat dibandingkan dalam bentuk kuantitatif yang lebih teliti dan terperinci.

Langkah – langkah indeks PGCV adalah :

1. *Achive Customer Value* (ACV)

Hasil kali variabel *Importance* dengan variabel *Performance*. ACV menunjukkan nilai yang tercapai dari pendapat konsumen.

Degan rumus sebagai berikut :

$$ACV = \bar{x} \times \bar{y}$$

Dimana : \bar{x} = skor rata-rata tingkat kepuasan (Realita)

\bar{y} = skor rata-rata tingkat kepentingan (Ekspektasi)

2. *Ultimately Desire Customer Value* atau (UDCV)

Nilai konsumen akhir yang diinginkan. Untuk mencari nilai UDCV yaitu dengan mengalihkan nilai *Importance* yang dipilih oleh pelanggan dengan nilai *Performance* maksimal dengan skala Likert pada kuisisioner yang disebarakan.

Dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{UDCV} &= \bar{y} \times \bar{x} \text{ max} \\ &= \bar{y} \times 5 \end{aligned}$$

Dimana : \bar{y} = skor rata-rata tingkat kepentingan (*Importance*)

$\bar{x} \text{ max}$ = Nilai *Performance* maksimal dengan skala Likert pada kusioner

3. Indeks PGCV

Nilai kualitas paling tinggi dari indeks PGCV dijadikan prioritas pertama untuk perbaikan. Kemudian nilai yang kedua dan seterusnya secara berurutan menjadi urutan perbaikan selanjutnya. Sehingga kita dapat melihat fasilitas atau atribut apa yang secara prioritas harus diperbaiki untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

$$\text{Indeks PGCV} = \text{UDCV} - \text{ACV}$$

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendahuluan

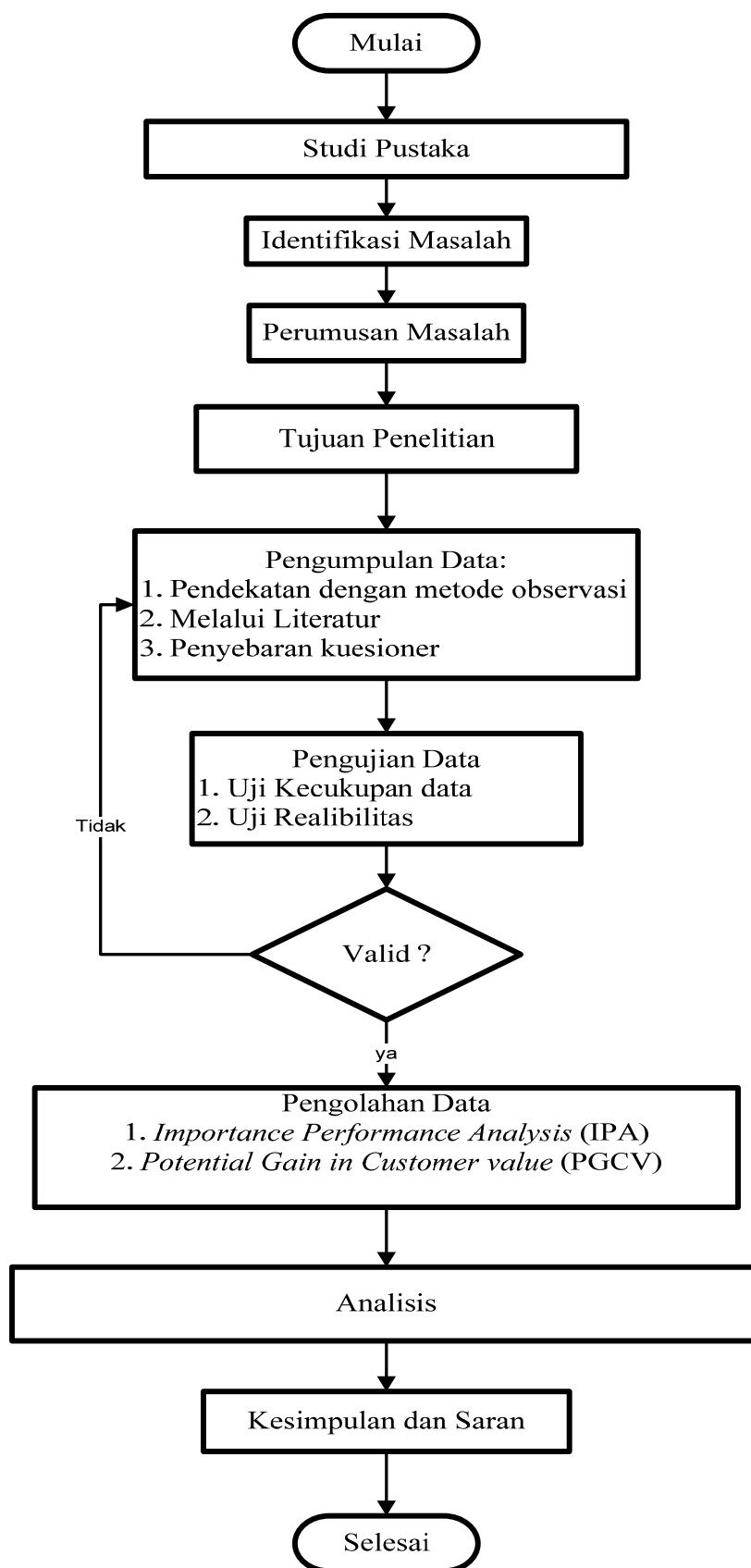
Langkah-langkah penelitian perlu disusun secara baik untuk mempermudah penyusunan laporan penelitian adapun langkah-langkah penelitian dapat dipresentasikan pada gambar 3.1

3.2 Obyek Penelitian

Penelitian dilakukan di perusahaan yang bergerak di bidang jasa, yaitu di bengkel servis Yamaha Intan Motor Kroya. Pada penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah konsumen (pelanggan) Yamaha Intan Motor Kroya.

3.3 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini, dilakukan identifikasi masalah, yaitu bagaimana tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan pelanggan (*Satisfaction*) terhadap kinerja (*Performance*) pelayanan Yamaha Intan Motor Kroya yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Important Performance Analysis* (IPA), dan bagaimana prioritas perbaikan layanan yang diinginkan prlanggan dengan Tingkat Kesesuaian dan *Potential Gain in Customer Value* sehingga dapat menghasilkan strategi-strategi yang lebih berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Adapun langkah-langkah penelitian tersebut dapat dijelaskan pada gambar 3.1 :



Gambar 3.1. Diagram alir kerangka penelitian

3.4 Data yang Dibutuhkan

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung terhadap konsumen berupa jawaban dari pertanyaan kuisisioner, meliputi:

- a. Data keinginan konsumen terhadap bentuk pelayanan yang diberikan oleh Dealer dan Bengkel servis Yamaha Intan Motor Kroya.
- b. Data atribut konsumen terhadap atribut kualitas pelayanan jasa kepada konsumen yang diberikan oleh dealer dan bengkel Yamaha Intan Motor Kroya.

2. Data Sekunder

Merupakan data didapat diluar informasi dari perusahaan yang terdiri dari atas:

- a. Sumber pustaka/literature yang berhubungan dengan kasus yang diteliti
- b. Telah hasil penelitian sejenis yang pernah dilakukan.

3.5. Pengolahan Data

Setelah melakukan penyebaran kuisisioner, maka akan didapat data dari hasil jawaban kuisisioner. Maka data tersebut harus di uji :

3.5.1. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan untuk menentukan jumlah sampel minimal yang harus diperoleh untuk dapat mewakili keseluruhan populasi sehingga hasil yang diperoleh bersifat obyektif dan bisa dipertanggung jawabkan. Perhitungan ini dilakukan dengan menggunakan rumus Paul Leedy (Arikunto, 1997) yaitu:

$$n \geq \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right]^2 p.(1-p)$$

Dimana : n = Jumlah Sampel Minimal

$(Z\alpha / 2)^2$	= Nilai Distribusi Normal
a	= Tingkat ketelitian
p	= Proporsi yang diduga
e	= Tingkat Kesalahan/Error

3.5.2. Uji Validitas

Uji validitas data dilakukan untuk mengetahui apakah butir pertanyaan telah mengungkap faktor yang ingin diselidiki sesuai dengan kondisi populasinya.

Uji validitas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Menentukan *hipotesis*

H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (*valid*)

H_1 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (*tidak valid*)

Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5 %, derajat kebebasan (df) = n – 2, maka nilai r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r (pada lampiran).

b. Menentukan nilai r_{hitung}

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\left[\left\{ n \sum x^2 - (\sum x)^2 \right\} \left\{ n \sum y^2 - (\sum y)^2 \right\} \right]}}$$

$$r_{hitung} = \frac{(r_{xy})(SB_y) - SB_x}{\sqrt{\left\{ (SB_x^2) + (SB_y^2) - 2(r_{xy})(SB_x)(SB_y) \right\}}}$$

r_{hitung} dapat dihitung dengan menggunakan *Software* SPSS 16 *for windows*, dengan langkah *software* sebagai berikut:

1. Memasukkan data hasil kuisisioner di *variable view*.
2. Mencari total :

- Klik transform → compute variabel → target variabel kasih nama total → function group pilih statistikal di tabel di bawahnya pilih SUM klik 2x → masukkan variabel → klik OK
3. Pilih analyze → corelet → bivariate
 4. Masukkan semua variabel termasuk total
 5. Mengklik *Continue* – OK.

Langkah-langkah ini dilakukan sampai semua data *valid*.

c. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima

d. Membuat kesimpulan

3.5.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data dilakukan untuk mengetahui apakah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Angka koefisien reliabilitas berkisar antara 0.00 sampai 1.00. Apabila koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuesioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik.

Dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{Cronbach's\ Alpha} = \frac{M}{M-1} \left[1 - \frac{JKx}{JKy} \right]$$

Keterangan :

r = Reliabel instrument

M = Banyak butir pertanyaan

JKx = Jumlah kuadran variansi butir

$$JK_y = \text{Variansi skor total}$$

Uji reliabilitas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut

a. Menentukan hipotesis

H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (reliabel)

H_1 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (tidak reliabel)

b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5 %, derajat kebebasan (df) = n – 2, maka nilai

r_{tabel} dapat dilihat pada tabel r (pada lampiran).

c. Menentukan nilai r_{hitung}

$$r_{hitung} = \frac{M}{M - 1} \left(1 - \frac{J_{kx}}{JK_y} \right)$$

Hasil r_{hitung} Apabila koefisien *reliabilitas* mendekati 1, maka kuesioner dikatakan mempunyai *reliabilitas* yang baik.

d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika nilai r_{hitung} bernilai positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima

e. Membuat kesimpulan

3.5.4. Importance Performance Analysis (IPA)

3.5.4.1. Analisis Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan/harapan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor kinerja diukur. Dengan menggunakan rumus :

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \%$$

Dengan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

xi = Skor penilaian kinerja/realita perusahaan

yi = Skor penilaian kepentingan/ekspektasi pelanggan

selanjutnya sumbu mendatar (x) akan diisi oleh skor tingkat kinerja bengkel servis Yamaha Intan Motor, sedangkan sumbu (y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan pelanggan dengan menggunakan rumus :

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{n}$$

$$\bar{y} = \frac{\sum yi}{n}$$

Dengan :

n = Jumlah responden

\bar{x} = Skor rata-rata tingkat kinerja dealer Yamaha Intan Motor

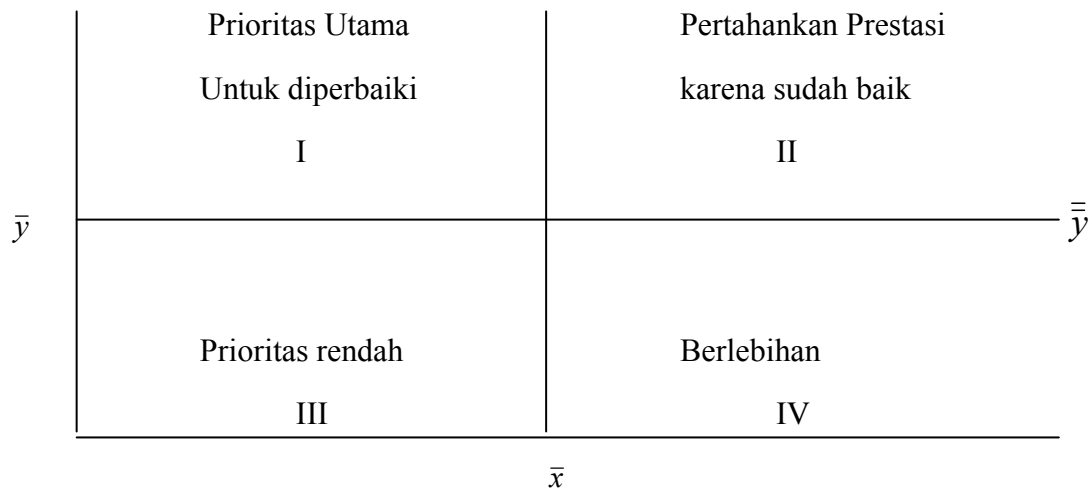
\bar{y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan pelanggan

3.5.4.2. Analisis Diagram Kartesius

Diagram ini terbagi menjadi 4 Kuadran (Supranto,2001) diantaranya :

Untuk penilaian terhadap empat kuadran dapat dilihat penjelasan dibawah ini :

1. Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu dprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja rendah.
2. Kuadran kedua (II), menunjukkan daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan kinerja juga tinggi.
3. Kuadran ketiga (III), sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Pada kuadran ini terdapat beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen. Namun perusahaan harus selalu menampilkan sesuatu yang lebih baik diantara kompetitor yang lain.
4. Kuadran keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena terdapat faktor yang bagi konsumen tidak penting, akan tetapi oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat baik. Selain itu dikarenakan tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan kinerja tinggi, sehingga bukan menjadi prioritas yang dibenahi.



Gambar 3.2 Diagram Kartesius

Pembagian daerah tersebut didasarkan pada perpotongan 2 (dua) garis secara tegak lurus pada titik \bar{x} dan \bar{y} , yang didapat dengan menggunakan rumus

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{x}_i}{k}$$

$$\bar{y} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{y}_i}{k}$$

Dimana :

k = Banyaknya faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

\bar{x} = rata-rata dari rata-rata skor kinerja

\bar{y} = rata-rata dari rata-rata skor kepentingan Pelanggan

Selanjutnya, untuk tiap-tiap atribut ditempatkan pada empat kuadran diagram sesuai dengan rata-rata kepentingan/harapan dan kepuasan atas kinerja bengkel servis Yamaha Intan Motor, sehingga dapat diketahui atribut mana yang berada dalam masing-masing kuadran.

3.5.5. *Potential Gain in Customer Values (PGCV)*

Untuk melengkapi hasil analisa dari *Importance* dan *Performance*, digunakan sebuah metode untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak dealer Yamaha. PGCV memberikan jalan bagi diagram *Importance* dan *Performance* untuk dapat dibandingkan dalam bentuk yang lebih teliti dan terperinci.

Langkah-langkah dalam menghitung PGCV adalah :

1. *Achieve Customer Value (ACV)*

Mencari nilai ACV yaitu dengan mengalikan antara variabel *Importance* dengan variabel *Performance*. Misalnya seorang pelanggan memberikan nilai 3 untuk *Importance* dan nilai 5 untuk *Performance* maka didapat nilai ACVnya adalah 15.

2. *Ultimately Desire Customer Value (UDCV)*

Mencari nilai UDCV yaitu dengan mengalikan nilai *Importance* dengan nilai yang dipilih oleh pelanggan dengan nilai *Performance* maksimal dalam skala *Likert* pada kuisioner yang disebar. Misalnya, jika pelanggan memilih *Importance* dengan nilai 4 dan *Performance* maksimalnya adalah 5 maka didapat nilai UDCVnya adalah 20.

3. Indeks PGCV

Nilai indeks PGCV adalah nilai UDCV dikurangi dengan nilai indeks ACV yang pada contoh diatas berarti $20 - 15 = 5$. Item yang mendapat prioritas utama untuk memperbaiki kinerjanya baru menyusul item terbesar kedua dan seterusnya.

3.6. Analisis Hasil

Pada tahap ini dilakukan analisis terhadap hasil pengolahan data yang diperoleh yaitu :

1. Analisis terhadap hasil *Importance Performance Analysis* (IPA)

Menentukan dan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen selama ini.

2. Analisis terhadap hasil *Potential Gain in Customer Value* (PGCV)

Menentukan dan menganalisis faktor-faktor yang menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitas jasa layanannya untuk masa yang akan datang dengan memperlihatkan tingkat kepentingan dan tingkat layanan yang diberikan.

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Pengumpulan Data

4.1.1. Profil Perusahaan

Yamaha Intan Motor beridiri sejak tahun 2004, Yamaha Intan Motor adalah salah satu dealer dan bengkel servis yamaha yang berada di daerah cilacap. Pemilik Yamaha Intan Motor H. Wagio Saputra, SH pada awalnya mendirikan Yamaha Intan Motor di jl. Tugu Utara No. 34 Sampang Cilacap pada 4 oktober 2004. Mengingat pertumbuhan konsumen sepeda motor di cilacap yang semakin lama semakin meningkat, khususnya konsumen yang semakin meminati sepeda motor Yamaha melihat peluang itu H. Wagio Saputra, SH sebagai pemilik Yamaha Intan Motor seakan tidak mau menyia-nyiakan kesempatan dengan membuka beberapa cabang baru Yamaha Intan Motor di jl. Ahmad Yani No. 7-9 Kroya Cilacap, pada tahun 2005 dan di jl. Urip Sumoharjo No. 233 Gumilir Cilacap, pada tahun 2006. Sampai sekarang Yamaha Intan Motor telah memiliki beberapa cabang di kabupaten Cilacap dan kabupaten Banyumas.



Gambar 4.1 Yamaha Intan Motor , Kroya

4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi perusahaan

Menjadi bengkel servis yang terpercaya dan terkemuka di karsidenan Banyumas dengan memberikan hasil servis yang memuaskan kepada pelanggan.

2. Misi Perusahaan

- a. Meningkatkan produktifitas karyawan dengan merekrut karyawan yang sesuai dengan standar atau karyawan yang memiliki sertifikat.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan dengan menyediakan kotak kritik dan saran guna mengetahui harapan ataupun yang masih kurang menurut pelanggan.

4.1.3. Pelayanan Dealer dan Bengkel Servis Yamaha Intan Motor

Sebagai perusahaan yang mementingkan kepuasan pelanggan, Dealer dan Bengkel Servis Yamaha Intan Motor menawarkan pelayanan dan fasilitas-fasilitas antara lain:

1. Pelayanan

- a. Perawatan gratis bagi yang memiliki kartu perawatan.
- b. Melayani servis ringan/tune up, skur klep, bongkar mesin berat/reparsi berat segala motor Yamaha.
- c. Menjual suku cadang segala motor Yamaha.

2. Fasilitas

a. Ruang Tunggu

Tempat tunggu yang disediakan untuk pelanggan agar merasa nyaman ketika melakukan servis, dengan fasilitas, Tv, Kipas Angin, Majalah, Koran, Kulkas tempat menyimpan minuman untuk pelanggan, Rak tempat menyimpan Helm maupun barang.

b. Toilet

Yamaha Intan Motor juga memberikan fasilitas berupa toilet yang berguna bagi konsumen sehingga konsumen merasa nyaman tidak perlu khawatir mencari toilet.

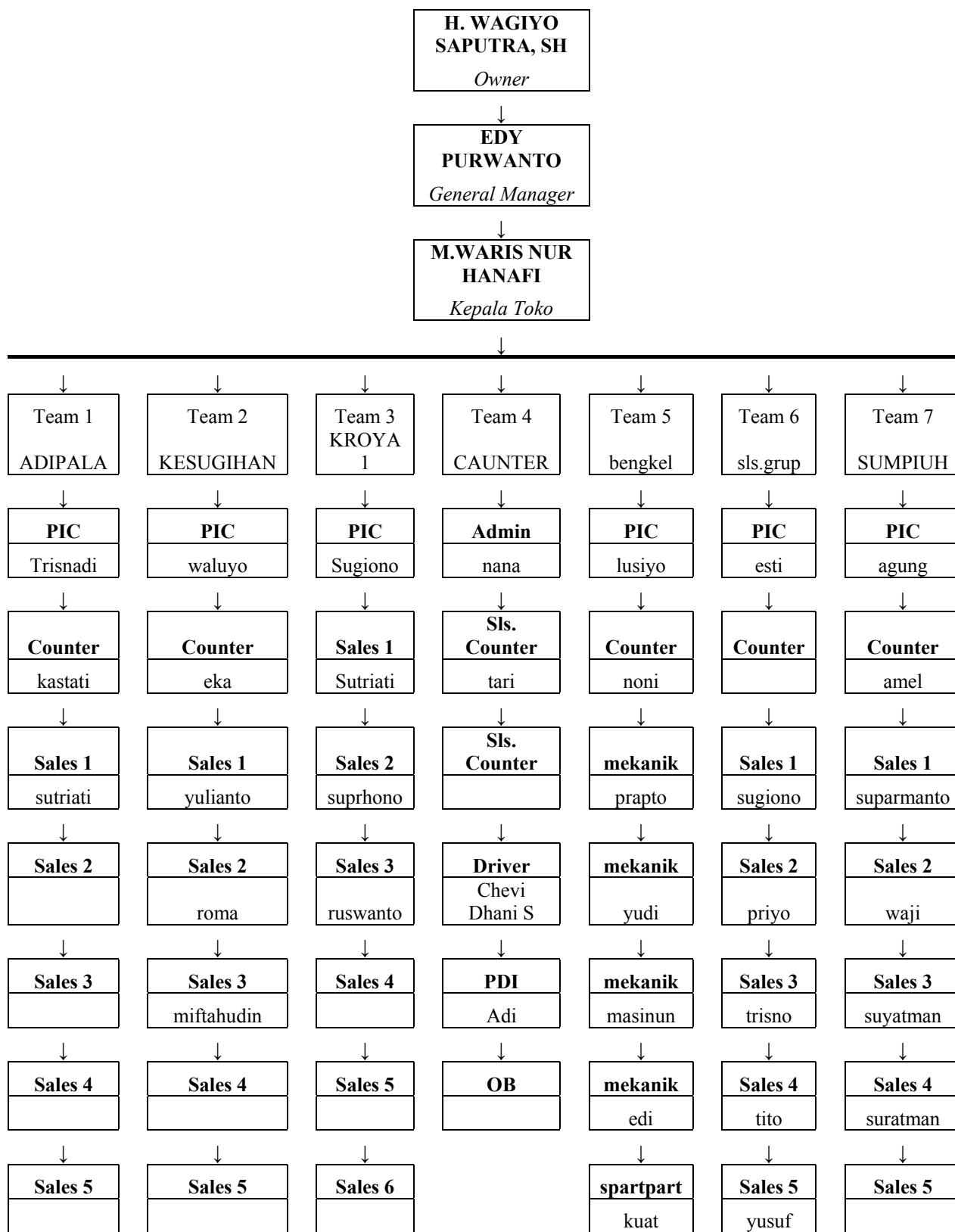
c. Tempat Parkir

Tempat dimana konsumen meletakkan kendaraannya tanpa merasa takut kehilangan karena tempat parkir aman.

d. Mushola

Yamaha Intan Motor juga memberikan fasilitas berupa mushola yang berguna bagi konsumen sehingga konsumen merasa nyaman tidak perlu bingung mencari mushola saat mau melaksanakan sholat.

4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Yamaha Intan Motor

4.2. Pengolahan Data

Pada pengolahan data ini, terdiri dari beberapa tahapan yaitu uji kecukupan data, uji validitas, uji reabilitas, serta analisis kinerja dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA), peioritas perbaikan layanan dengan tingkat kesesuaian dan *potential Gain in Customer Value* (PGCV).

4.2.1. Uji Kecukupan Data

Setelah melakukan penyebaran kuisisioner, terlebih dahulu dilakukan uji kecukupan data yang berfungsi untuk mengetahui apakah data yang diambil cukup untuk mewakili suatu populasi, perhitungan ini juga dilakukan untuk mengetahui berapa jumlah data minimal yang dibutuhkan. Untuk menentukan jumlah data minimal yang harus diperoleh, digunakan perhitungan dengan menggunakan rumus Paul Leedy (Arikunto, 1997) :

$$n \geq \left[\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right]^2 p \cdot (1-p)$$

Dimana : n = Jumlah Sampel Minimal

$(Z_{\alpha/2})^2$ = Nilai Distribusi Normal

 a = Tingkat ketelitian

 p = Proporsi yang diduga

 e = Tingkat Kesalahan/Error

Tingkat kepercayaan = 90 %

Tingkat ketelitian (α) = 10 % = 0,1 ; $\alpha/2$ = 0,05 ; $Z_{\alpha/2}$ = 1,645 ; e = 6 %

$$p = \left(\frac{83-3}{83} \right) = 0,96$$

Dengan menggunakan nilai distribusi normal

Dengan jumlah kuisisioner yang disebar sebanyak 83 kuisisioner dan sah sebanyak 80 kuisisioner, maka diperoleh jumlah data minimal sebanyak :

$$n \geq \left[\frac{1,645}{0,06} \right]^2 0,96.(1 - 0,96)$$

$$n \geq 28,87 \approx 29$$

Jumlah data minimal yang dibutuhkan adalah 29 data.

4.2.2. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuisisioner yang diberikan pada responden selama penelitian. Uji validitas bisa dilakukan dengan *software* SPSS 16 dan dihitung dengan perhitungan manual.

Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan sampel pertama yaitu sebanyak 80 sampel.

a. Menentukan hipotesis

H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (*valid*).

H_1 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (*tidak valid*).

b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5 %

Derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 80 - 2 = 78$

Maka nilai $r_{tabel} = 0,220$

c. Menentukan nilai r_{hitung}

Hasil perhitungan r_{hitung} dengan menggunakan *software* SPSS 16 dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation (output* terlampir).

d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka H_o diterima

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_o ditolak

e. Kesimpulan

Contoh perhitungan uji validitas untuk butir pertanyaan 1 (variabel x_1)

Diketahui:	N	: Jumlah Subjek (responden)	: 80
	ΣX_1	: Jumlah x (skor butir)	: 275
	ΣX_1^2	: Jumlah skor butir kuadrat	: 1013
	ΣXY_1	: Jumlah perkalian x & y	: 14657
	ΣY	: Jumlah Y (skor faktor)	: 4128
	ΣY^2	: Jumlah skor faktor kuadrat	: 220246

Perhitungan koefisien korelasi momen tangkar (r_{xy}) antara skor butir

(x) dengan skor faktor (y) :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left[\left\{ N \sum X^2 - (\sum X)^2 \right\} \left\{ N \sum Y^2 - (\sum Y)^2 \right\} \right]}}$$

$$r_{xy} = \frac{80(14657) - (275)(4128)}{\sqrt{((80(1013) - (275)^2) (80(220246) - (4128)^2))}} = 0,667$$

Perhitungan koefisien korelasi bagian total (r_{hitung})

$$JKx = \sum x^2 - \frac{(\sum X)^2}{N} = 1013 - \frac{(275)^2}{80} = 67,7$$

$$JKy = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N} = 220246 - \frac{(4128)^2}{80} = 7241,2$$

$$SBx = \sqrt{\frac{JKx}{N-1}} = \sqrt{\frac{67,7}{80-1}} = 0,93$$

$$SBY = \sqrt{\frac{JKy}{N-1}} = \sqrt{\frac{7241,2}{80-1}} = 9,57$$

$$r_{hitung} = \frac{(r_{xy})(SBY) - SBx}{\sqrt{\{(SBx^2) + (SBY^2) - 2(r_{xy})(SBx)(SBY)\}}}$$

$$r_{hitung} = \frac{(0,667)(91,66) - (0,856)}{\sqrt{(0,734) + (8401,69) - 2(0,667)(0,856)(91,66)}} = 0,608$$

Keterangan :

JKx :Jumlah kuadrat total skor butir mengetahui penyebaran data terhadap titik pusat (rata-rata x)

JKy :Jumlah kuadrat total skor faktor mengetahui penyebaran data terhadap titik pusat (rata-rata y)

SBx : Simpangan baku skor butir mengetahui besarnya rata-rata penyimpangan dari titik pusat (rata-rata x)

SBY : Simpangan baku skor butir mengetahui besarnya rata-rata penyimpangan dari titik pusat (rata-rata y)

Uji validitas data pada penelitian ini dilakukan hanya dengan 1 (satu) iterasi karena data telah *valid* pada iterasi pertama. Untuk melihat nilai r_{hitung} dari semua butir pertanyaan yang telah diolah menggunakan program *Software SPSS 16 for windows* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1. Tabel Uji Validitas Atribut

No.	Pertanyaan kuisioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
Tangible (berwujud)				
1	Peralatan servis sesuai dengan standar	0,608	0,220	Valid
2	Memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen	0.711	0,220	Valid
3	Memiliki tempat parkir yang luas	0.586	0,220	Valid
4	Memiliki mushola & toilet yang bersih	0.594	0,220	Valid
5	Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah)	0.545	0,220	Valid
Reliability (keandalan)				
6	Memberikan servis yang memuaskan sesuai kebutuhan konsumen	0.597	0,220	Valid
7	Bekerja dengan kesalahan yang minimal dan hasil yang maksimal	0.525	0.220	Valid
Responsif (ketanggapan)				
8	Karyawan mampu menjawab segala pertanyaan dan keluhan konsumen	0.563	0.220	Valid
9	Karyawan memberikan informasi yang akurat tentang proses yang telah dikerjakan	0.472	0.220	Valid
10	Pelayanan maksimal sebagai prioritas utama dealer	0.600	0.220	Valid
Assurance (jaminan)				
11	Konsumen merasa aman dalam melakukan kegiatannya di lingkungan dealer	0.659	0.220	Valid
12	Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan konsumen	0.474	0.220	Valid

No.	Pertanyaan kuisioner	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
13	Memiliki pelayanan yang baik (tepat dan aman)	0.591	0,220	Valid
Empathy (empati)				
14	Karyawan sopan dan ramah pada konsumen	0.679	0.220	Valid
15	Karyawan selalu bersedia untuk membantu konsumen yang menarik	0.709	0.220	Valid

Berdasarkan uji validasi dengan menggunakan *Software SPSS 16 for windows* pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa r_{hitung} bernilai lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa atribut pertanyaan yang ada di dalam kuisioner telah *Valid* dan mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi saran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

4.2.3 Uji Reabilitas

Atribut pertanyaan yang telah *valid* kemudian dilakukan uji reliabilitas. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan *Cronbach Alpha*.

Contoh Perhitungan Uji Realibilitas seluruh dimensi:

- a. Jumlah kuadrat total skor butir (JKx)

$$\begin{aligned}\sum Jkxi &= 67,7 + 72,75 + 75,2 + 42,2 + \dots + 62,75 + 85,7 + 81,9 \\ &= 1125,34\end{aligned}$$

- b. Jumlah kuadrat total skor faktor (JKy)

$$JKy = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{80} = 220246 - \frac{(4128)^2}{80} = 7241,2$$

- c. Maka Koefisien reliabilitas yang dicari adalah

$$r_{Cronbach's\ Alpha} = \frac{M}{M-1} \left[1 - \frac{JKx}{JKy} \right] = \frac{15}{15-1} \left[1 - \frac{1125,34}{7241,2} \right] = 0.90492$$

Uji reliabilitas dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan hipotesis

H_0 : Skor atribut berkorelasi positif dengan skor faktor (*Reliable*)

H_1 : Skor atribut tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (*Tidak Reliable*)

- b. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5 %

Derajat kebebasan (df) = $n - 2 = 80 - 2 = 78$

Maka nilai $r_{tabel} = 0,220$

- c. Hasil uji reliabilitas seluruh dimensi

Hasil perhitungan r_{alpha} pada *Software SPSS 16 for windows* dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*, yaitu sebesar 0,905.

- d. Membandingkan besar nilai r_{tabel} dengan r_{hitung}

r_{hitung} bernilai positif dan $r_{hitung} (0,905) \geq r_{tabel} (0,220)$, maka H_0 diterima.

- e. Membuat keputusan

Karena H_0 diterima, maka atribut-atribut kuesionernya *reliable*. Ini berarti atribut-atribut kuesioner dapat memperlihatkan kemantapan atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut. Berapa kali pun atribut-atribut kuesioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.

4.2.4 Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) dilakukan dengan menghitung skor total kinerja pelayanan dan harapan/tingkat kepentingan pelanggan pada bengkel servis Yamaha Intan Motor. Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai \bar{x} (rata-rata skor kinerja) dan \bar{y} (rata-rata skor kepentingan) yang akan dipetakan pada diagram kartesius dengan menggunakan *Software SPSS 16 for windows*. Hasil perhitungan skor total dan rata-rata tingkat kinerja dan kepentingan dapat dilihat pada lampiran.

4.2.4.1 Tingkat Kesesuaian

Pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan layanan, yang diukur dengan tingkat kesesuaian. Hasil tingkat kesesuaian ini akan dibandingkan dengan hasil perhitungan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) untuk menentukan prioritas perbaikan layanan terbaik untuk mencapai kepuasan pelanggan.

Tabel 4.2 Tabel Tingkat Kesesuaian

No.	Pertanyaan kuisisioner	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian
Tangible (berwujud)				
1	Peralatan servis sesuai dengan standar	275	332	82,83%
2	Memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen	250	340	73,53%
3	Memiliki tempat parkir yang luas	248	343	73,30%
No.	Pertanyaan kuisisioner	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian

4	Memiliki mushola & toilet yang bersih	308	340	90,59%
5	Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah)	258	360	71,67%
Reliability (keandalan)				
6	Memberikan servis yang memuaskan sesuai kebutuhan konsumen	288	355	81,13%
7	Bekerja dengan kesalahan yang minimal dan hasil yang maksimal	285	351	81,20%
Responsif (ketanggapan)				
8	Karyawan mampu menjawab segala pertanyaan dan keluhan konsumen	287	349	82,23%
9	Karyawan memberikan informasi yang akurat tentang proses yang telah dikerjakan	278	339	82,01%
10	Pelayanan maksimal sebagai prioritas utama dealer	272	330	82,42%
Assurance (jaminan)				
11	Konsumen merasa aman dalam melakukan kegiatannya di lingkungan dealer	270	333	81,08%
12	Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan konsumen	271	330	82,12%
13	Memiliki pelayanan yang baik (tepat dan aman)	270	332	81,33%
No.	Pertanyaan kuisisioner	Tingkat Kinerja	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian

Empathy (empati)				
14	Karyawan sopan dan ramah pada konsumen	275	345	81,85%
15	Karyawan selalu bersedia untuk membantu konsumen yang menarik	293	345	84,93%

Dari perhitungan tingkat kesesuaian antara penilaian kinerja Yamaha Intan Motor, maka dibuat bentuk penilaian khusus yang menjadi dasar suatu keputusan terhadap suatu atribut untuk mempertahankan atau melakukan perbaikan. Tolak ukur batas pengambilan keputusan adalah 80,75 % yang merupakan nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut pertanyaan.

Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Bila $TK < 80,75\%$, Maka dilakukan tindakan perbaikan
- b. Bila $TK \geq 80,75\%$, Maka dilakukan tindakan untuk mempertahankan

Tabel 4.3 Tabel Keputusan Terhadap Atribut

No	Pertanyaan kuisisioner	Tingkat Kesesuaian	Perbaikan / Pertahankan
Tangible (berwujud)			
1	Peralatan servis sesuai dengan standar	82,83%	Pertahankan
2	Memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen	73,53%	Perbaikan
3	Memiliki tempat parkir yang luas	73,30%	Perbaikan
No	Pertanyaan kuisisioner	Tingkat Kesesuaian	Perbaikan / Pertahankan

4	Memiliki mushola & toilet yang bersih	90,59%	Pertahankan
5	Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah)	71,67%	Perbaiki
Reliability (keandalan)			
6	Memberikan servis yang memuaskan sesuai kebutuhan konsumen	81,13%	Pertahankan
7	Bekerja dengan kesalahan yang minimal dan hasil yang maksimal	81,20%	Pertahankan
Responsif (ketanggapan)			
8	Karyawan mampu menjawab segala pertanyaan dan keluhan konsumen	82,23%	Pertahankan
9	Karyawan memberikan informasi yang akurat tentang proses yang telah dikerjakan	82,01%	Pertahankan
10	Pelayanan maksimal sebagai prioritas utama dealer	82,42%	Pertahankan
Assurance (jaminan)			
11	Konsumen merasa aman dalam melakukan kegiatannya di lingkungan dealer	81,08%	Pertahankan
12	Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan konsumen	82,12%	Pertahankan
13	Memiliki pelayanan yang baik (tepat dan aman)	81,33%	Pertahankan
Empathy (empati)			
14	Karyawan sopan dan ramah pada konsumen	81,85%	Pertahankan
15	Karyawan selalu bersedia untuk membantu konsumen yang menarik	84,93%	Pertahankan

Berdasarkan tabel keputusan diatas maka atribut yang perlu mendapat perbaikan sebanyak 3 (tiga) atribut diantaranya adalah atribut 2 yaitu Memiliki rak untuk menyimpan helm dan barang konsumen, atribut 3 yaitu Memiliki tempat parkir

yang luas dan atribut 5 Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, majalah, kipas angin). Sedangkan 12 atribut lainnya dipertahankan.

Hasil pengolahan data dengan metode *Importance Performance Analysis* Dapat dilihat pada Lampiran.

Berikut adalah contoh perhitungannya :

1. Menghitung skor kinerja Yamaha Intan Motor dan harapan pelanggan

$$\begin{aligned} \text{Jumlah Kinerja atribut 1} &= (5 \times 7) + (4 \times 36) + (3 \times 24) + (2 \times 11) + (1 \times 2) \\ &= 275 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Kepentingan Atribut 1} &= (5 \times 31) + (4 \times 34) + (3 \times 12) + (2 \times 2) + (1 \times 1) \\ &= 332 \end{aligned}$$

2. Menghitung rata-rata skor kinerja Yamaha Intan Motor dan harapan pelanggan

$$\text{Rata-rata kinerja atribut 1} = 275 : 80 = 3,44$$

$$\text{Rata-rata kepentingan atribut 1} = 332 : 80 = 4,15$$

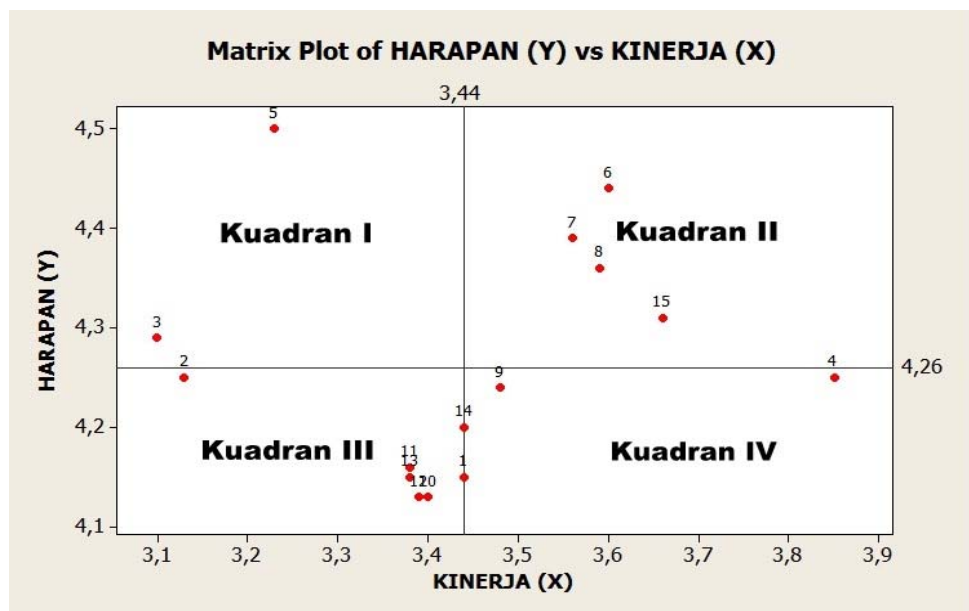
3. Menghitung tingkat kesesuaian

$$\text{Tingkat kesesuaian atribut 1} = (275 : 332) \times 100\% = 82,83\%$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata tingkat kesesuaian} &= (82,83 + 73,53 + \dots + 81,85 + 84,93) : 15 \\ &= 80,75\% \end{aligned}$$

4.2.4.2 Diagram Kartesius

Hasil dari tingkat-tingkat unsur mempengaruhi kepuasan pelanggan akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius. Untuk secara jelasnya ditunjukkan pada gambar berikut :



Gambar 4.2 Gambar Diagram Kartesius

4.2.5 Potential Gain in Customer Value (PGCV)

Tabel 4.4 Perhitungan Rata-Rata Kinerja dan Tingkat Kepentingan

No	Pertanyaan Kuisisioner	Penilaian Tingkat Kinerja X	Penilaian Tingkat Kepentingan Y	Nilai Rata-rata X \bar{x}	Nilai Rata-rata Y \bar{y}
Tangible (berwujud)					
1	Peralatan servis sesuai dengan standar	275	332	3,44	4,15
2	Memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen	250	340	3,13	4,25
3	Memiliki tempat parkir yang luas	248	343	3,10	4,29
4	Memiliki mushola & toilet yang bersih	308	340	3,85	4,25
5	Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah)	258	360	3,23	4,50
Reliability (keandalan)					
6	Memberikan servis yang memuaskan sesuai kebutuhan konsumen	288	355	3,60	4,44

No	Pertanyaan Kuisisioner	Penilaian Tingkat Kinerja X	Penilaian Tingkat Kepentingan Y	Nilai Rata-rata X \bar{x}	Nilai Rata-rata Y \bar{y}
7	Bekerja dengan kesalahan yang minimal dan hasil yang maksimal	285	351	3,56	4,39
Responsif (ketanggapan)					
8	Karyawan mampu menjawab segala pertanyaan dan keluhan konsumen	287	349	3,59	4,36
9	Karyawan memberikan informasi yang akurat tentang proses yang telah dikerjakan	278	339	3,48	4,24
10	Pelayanan maksimal sebagai prioritas utama dealer	272	330	3,40	4,13
Assurance (jaminan)					
11	Konsumen merasa aman dalam melakukan kegiatannya di lingkungan dealer	270	333	3,38	4,16
12	Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan konsumen	271	330	3,39	4,13

No	Pertanyaan Kuisisioner	Penilaian Tingkat Kinerja X	Penilaian Tingkat Kepentingan Y	Nilai Rata-rata X \bar{x}	Nilai Rata-rata Y \bar{y}
13	Memiliki pelayanan yang baik (tepat dan aman)	270	332	3,38	4,15
Empathy (empati)					
14	Karyawan sopan dan ramah pada konsumen	275	336	3,44	4,20
15	Karyawan selalu bersedia untuk membantu konsumen yang menarik	293	345	3.66	4,31
Rata-rata (\bar{x} dan \bar{y})				3.44	4,26

Tabel 4.5 Perhitungan Indeks PGCV

No	Pertanyaan kuisisioner	Performance \bar{x}	Importance \bar{y}	Nilai ACV $\bar{x} \times \bar{y}$	Nilai UDCV $\bar{y} \times P_{max}$	Indeks PGCV	Urutan ke
Tangible (berwujud)							
1	Peralatan servis sesuai dengan standar	3,44	4,15	14,27	20,75	6,48	
2	Memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen	3,13	4,25	13,28	21,25	7,97	3
3	Memiliki tempat parkir yang luas	3,10	4,29	13,29	21,44	8,15	1
4	Memiliki mushola & toilet yang bersih	3,85	4,25	16,36	21,25	4,89	
5	Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah)	3,23	4,50	14,51	22,50	7,99	2
Reliability (keandalan)							
6	Memberikan servis yang memuaskan sesuai kebutuhan konsumen	3,60	4,44	15,98	22,19	6,21	
7	Bekerja dengan kesalahan yang minimal dan hasil yang maksimal	3,56	4,39	15,63	22	6,31	

No	Pertanyaan kuisisioner	Performance \bar{x}	Importance \bar{y}	Nilai ACV $\bar{x} \times \bar{y}$	Nilai UDCV $\bar{y} \times P_{max}$	Indeks PGCV	Urutan ke
Responsif (ketanggapan)							
8	Karyawan mampu menjawab segala pertanyaan dan keluhan konsumen	3,59	4,36	15,65	21,81	6,16	
9	Karyawan memberikan informasi yang akurat tentang proses yang telah dikerjakan	3,48	4,24	14,73	21,19	6,46	
10	Pelayanan maksimal sebagai prioritas utama dealer	3,40	4,13	14,03	20,63	6,60	
Assurance (jaminan)							
11	Konsumen merasa aman dalam melakukan kegiatannya di lingkungan dealer	3,38	4,16	14,05	20,81	6,76	
12	Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan konsumen	3,39	4,13	13,97	20,63	6,65	
13	Memiliki pelayanan yang baik (tepat dan aman)	3,38	4,15	14,01	20,75	6,74	
Empathy (empati)							
14	Karyawan sopan dan ramah pada konsumen	3,44	4,20	14,44	21	6,56	

No	Pertanyaan kuisisioner	Performance \bar{x}	Importance \bar{y}	Nilai ACV $\bar{x} \times \bar{y}$	Nilai UDCV $\bar{y} \times P_{max}$	Indeks PGCV	Urutan ke
15	Karyawan selalu bersedia untuk membantu konsumen	3.66	4,31	15,79	21,56	5,77	

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data Hasil Kuisisioner

5.1.1 Uji Kecukupan Data

Berdasarkan perhitungan Uji Kecukupan Data yang terdapat pada pengolahan data, dengan menggunakan $\alpha = 10 \%$, $error = 6 \%$, didapat jumlah sampel minimal yaitu sebesar $28,87 = 29$, jadi 29 sampel dapat dianggap sudah mewakili sebagai sampel dari suatu populasi. pengambilan data sebanyak 83 kuisisioner (80 kuisisioner sah, 3 kuisisioner tidak sah).

5.1.2 Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 16 for windows* yang hasilnya dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*. Uji validitas data pada penelitian ini dilakukan hanya 1 (satu) iterasi saja, karena pada iterasi tersebut atribut pertanyaan sudah *valid* seluruhnya. Hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut kuisisioner telah mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

5.1.3 Pengujian Reliabilitas

Pengolahan data dengan bantuan *Software SPSS 16 for windows* menghasilkan r_{α} sebesar 0,905 (dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*). Apabila koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuisisioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang sangat baik. Selain itu,

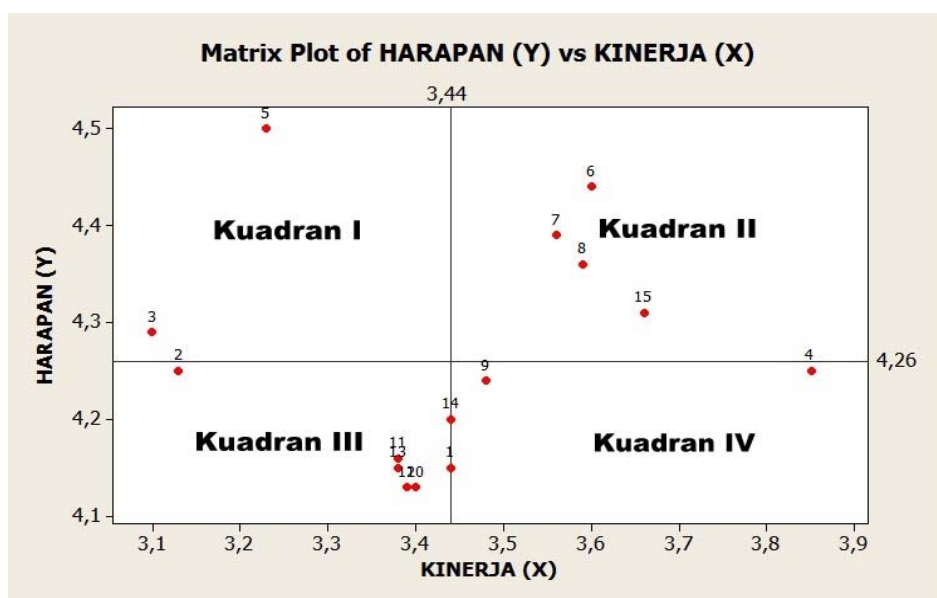
nilai $r_{alpha} (0,905) \geq r_{tabel} (0,220)$. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut kuesioner *reliabel*. Ini berarti atribut-atribut kuesioner dapat memperlihatkan kemantapan atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut. Berapa kali pun atribut-atribut kuesioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.

5.2 Importance Performance Analysis (IPA)

Hasil perhitungan nilai rata-rata skor kinerja/realita (\bar{x}) dan rata-rata skor kepentingan/harapan (\bar{y}) selanjutnya dipetakan dalam diagram kartesius yang bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut yang perlu dipertahankan maupun yang harus diperbaiki.

Gambar 5.1 Gambar Diagram Kartesius

Berdasarkan pemetaan dari diagram kartesius diatas, atribut-atribut pernyataan dapat dikelompokkan kedalam kuadran masing-masing, yaitu :



Gambar 5.1 Atribut-Atribut Yang Berada Pada Diagram Kartesius

5.2.1 Atribut-Atribut Yang Berada Pada Kuadran I

Kuadran I, “Prioritas Utama” Memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kepentingan namun memiliki skor yang rendah dari sisi kinerja. Hasil ini menunjukkan letak ketidakpuasan para pelanggan.

Tabel 5.1 Atribut-atribut kuadran 1

No	Pertanyaan Kuisisioner	Tingkat Kesesuaian	Batas Tolak Ukur	Keputusan
1	Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah)	71,67%	80,75%	Perbaikan
2	Memiliki tempat parkir yang luas	73,30%	80,75%	Perbaikan

Kuadran I memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen Yamaha Intan Motor, karena atribut-atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga perusahaan harus mengambil tindakan dengan meningkatkan kualitas pelayanannya. Atribut-atribut pada kuadran ini merupakan kelemahan atau kekurangan kinerja pelayanan yang dimiliki oleh Bengkel servis Yamaha Intan Motor.

Pada tabel diatas seluruh atribut pada kuadran I memiliki tingkat kesesuaian yang bernilai lebih kecil dari batas tolak ukur keputusan 80,75%, sehingga seluruh atribut pada kuadran ini harus dilakukan perbaikan oleh pihak bengkel servis Yamaha Intan Motor. Dengan Perhitungan tingkat kesesuaian kita dapat mengetahui urutan prioritas perbaikan dengan membandingkan tingkat kesesuaian dengan batas tolak ukur maka kita bisa mengetahui

atribut yang perlu mendapat perbaikan maupun dipertahankan dan mengetahui seberapa besar harapan pelanggan tentang pelayanan yang telah tercapai.

Atribut-atribut yang perlu mendapat perbaikan atribut yang pertama yaitu memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai seperti TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah yang memiliki tingkat kesesuaian yaitu sebesar 71,67%. pada atribut ini pihak bengkel servis Yamaha Intan Motor harus memperhatikan permasalahan ini secara serius karena pada atribut ini tingkat kesesuaiannya paling rendah dari pada atribut-atribut lain atau bisa dikatakan pelanggan kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan. Dalam hal ini ruang tunggu merupakan fasilitas yang sangat penting, karena digunakan sebagai tempat untuk menunggu pada saat melakukan servis, untuk itu perlu ditambahkan fasilitas-fasilitas agar pelanggan tidak merasa jenuh pada saat menunggu. Dalam hal ini banyak pelanggan yang mengeluh karena tempatnya yang terlalu sempit karena ruang tunggu di gabung dengan tempat penyimpanan motor- motor baru dan letak televisi yang tidak sesuai dengan tempat duduk pelanggan sehingga pelanggan kurang nyaman saat menonton televisi dan kurangnya fasilitas seperti kipas angin. Untuk memperbaiki fasilitas ini pihak manajemen Yamaha Intan Motor harus menata ulang kembali ruang tunggu agar tidak berbagung dengan tempat menyimpan motor baru dan menambahkan fasilitas seperti kipas angin agar pelanggan merasa nyaman saat menunggu servis motor.

Pada atribut yang kedua yaitu memiliki tempat parkir yang luas memiliki tingkat kesesuaian sebesar 73,30% pada atribut ini tempat parkir kurang luas dan juga lantai parkir tidak semua rata sebagian ada yang menurun sehingga pada saat banyak pelanggan yang melakukan servis pada Yamaha Intan Motor, pelanggan merasa kesulitan dalam memarkir motor karena lantai tempat parkir tidak datar atau menurun, sehingga pihak manajemen harus

memperluas dan memperbaiki lantai parkir agar tidak kesulitan dalam memarkir kendaraannya.

5.2.2 Atribut-Atribut Yang Berada Pada Kuadran II

Kuadran II, “Pertahankan Prestasi” Memiliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingannya maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan aspek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keunggulan di bidang-bidang yang dianggap penting oleh pelanggan.

Tabel 5.3 Atribut-atribut kuadran II

No	Pertanyaan Kuisisioner	Tingkat Kesesuaian	Batas Tolak Ukur	Keputusan
1	Memberikan servis yang memuaskan sesuai kebutuhan konsumen	81,13%	80,75%	Pertahankan
2	Bekerja dengan kesalahan yang minimal dan hasil yang maksimal	81,20%	80,75%	Pertahankan
3	Karyawan mampu menjawab segala pertanyaan dan keluhan konsumen	82,23%	80,75%	Pertahankan
4	Karyawan selalu bersedia untuk membantu konsumen yang menarik	84,93%	80,75%	Pertahankan

Atribut-atribut pada kuadran ini memiliki tingkat kesesuaian $\geq 80,75\%$, yang artinya bahwa dealer dan bengkel servis Yamaha Intan Motor telah berhasil melaksanakan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. pihak manajemen Yamaha Intan Motor

harus mempertahankan prestasi yang telah dicapai karena atribut pada kuadran ini bisa dijadikan kekuatan untuk dapat bersaing dengan dealer-dealer lain.

5.2.3 Atribut-Atribut Yang Berada Pada Kuadran III

Kuadran III, “Prioritas Rendah” Baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk ke dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen di masa-masa mendatang.

Tabel 5.3 Atribut-atribut kuadran III

No	Pertanyaan Kuisisioner	Tingkat Kesesuaian	Batas Tolak Ukur	Keputusan
1	Memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen	73,53%	80,75%	Perbaiki
2	Pelayanan maksimal sebagai prioritas utama dealer	82,42%	80,75%	Pertahankan
3	Konsumen merasa aman dalam melakukan kegiatannya di lingkungan <i>dealer</i>	81,08%	80,75%	Pertahankan
4	Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan konsumen	82,12%	80,75%	Pertahankan
5	Memiliki pelayanan yang baik (tepat dan aman)	81,33%	80,75%	Pertahankan

Atribut yang terdapat pada kuadran ini kurang penting pengaruhnya pada pelanggan dan juga tingkat kepuasan kinerja juga rendah. Akan tetapi, bukan berarti atribut-atribut pada kuadran ini tidak begitu penting, ada 1 atribut yang perlu diperbaiki karena Tingkat

Kesesuaiannya lebih rendah dari batas tolak ukur sehingga harus diperhatikan oleh pihak manajemen Yamaha Intan Motor untuk memperbaiki walaupun tidak berada pada kuadran 1.

5.24. Atribut-Atribut Yang Berada Pada Kuadran IV

Kuadran IV, "Berlebihan" Skor tingkat kepentingan rendah namun skor kinerja tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan terlalu terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumberdaya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek di dalam kategori ini dapat dialihkan kepada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.

Tabel 5.4 Atribut-atribut yang berada pada kuadran IV

No	Pertanyaan Kuisisioner	Tingkat Kesesuaian	Batas Tolak Ukur	Keputusan
1	Peralatan servis sesuai dengan standar	82,83%	80,75%	Pertahankan
2	Memiliki mushola & toilet yang bersih	82,01%	80,75%	Pertahankan
3	Karyawan memberikan informasi yang akurat tentang proses yang telah dikerjakan	81,08%	80,75%	Pertahankan
4	Karyawan sopan dan ramah pada konsumen	81,85%	80,75%	Pertahankan

5.3 Analisis *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*

Potential Gain in Customer Value (PGCV) digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan adalah *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*. Dengan Menentukan nilai

Archive Customer Value (ACV) dengan mengalikan antara $\bar{x} \times \bar{y}$ yang terdapat pada hasil kuisisioner kinerja perusahaan, dilanjutkan dengan menghitung nilai *Ultimately Desire Customer Value (UDCV)* yaitu dengan mengalikan \bar{y} dengan P_{\max} , P_{\max} yaitu nilai tertinggi dari jawaban kuisisioner pada kinerja perusahaan pada tiap-tiap butir pertanyaan. maka *Potential Gain in Customer Value (PGCV)* didapat dengan mencari selisih antara *ACV* dan *UDCV* dengan cara mengurangi antara *ACV* dan *UDCV* kemudian menentukan urutan prioritas perbaikan berdasarkan nilai Indeks *PGCV*

Berdasarkan perhitungan *PGCV* maka urutan prioritas perbaikan kinerja bengkel servis Yamaha Intan Motor Kroya, yaitu :

Tabel 5.5 Urutan Perbaikan Berdasarkan Perhitungan *PGCV*

No	Pertanyaan Kuisisioner	Nilai ACV	Nilai UDCV	Indeks PGCV	Urutan
Tangible (berwujud)					
1	Peralatan servis sesuai dengan standar	14,27	20,75	6,48	9
2	Memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen	13,28	21,25	7,97	3
3	Memiliki tempat parkir yang luas	13,29	21,44	8,15	1
4	Memiliki mushola & toilet yang bersih	16,36	21,25	4,89	15
No	Pertanyaan Kuisisioner	Nilai ACV	Nilai UDCV	Indeks PGCV	Urutan
5	Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang	14,51	22,50	7,99	2

	memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah)				
Reliability (keandalan)					
6	Memberikan servis yang memuaskan sesuai kebutuhan konsumen	15,98	22,19	6,21	12
7	Bekerja dengan kesalahan yang minimal dan hasil yang maksimal	15,63	22	6,31	11
Responsif (ketanggapan)					
8	Karyawan mampu menjawab segala pertanyaan dan keluhan konsumen	15,65	21,81	6,16	13
9	Karyawan memberikan informasi yang akurat tentang proses yang telah dikerjakan	14,73	21,19	6,46	10
10	Memberikan servis yang memuaskan sesuai kebutuhan	14,03	20,63	6,60	6
Assurance (jaminan)					
11	Konsumen merasa aman dalam melakukan kegiatannya di lingkungan <i>dealer</i>	14,95	20,81	6,76	4
12	Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan konsumen	13,97	20,63	6,65	7
13	Memiliki pelayanan yang baik (tepat dan aman)	14,01	20,75	6,74	5
No	Pertanyaan Kuisisioner	Nilai ACV	Nilai UDCV	Indeks PGCV	Urutan
Empathy (empati)					

14	Karyawan sopan dan ramah pada konsumen	14,44	21	6,56	8
15	Karyawan selalu bersedia untuk membantu konsumen yang menarik	15,79	21,56	5,77	14

Sesuai dengan konsep diagram Kartesius, yang akan menjadi fokus perbaikan adalah atribut-atribut yang berada pada kuadran I, maka urutan prioritas perbaikan dengan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)* menjadi:

Tabel 5.5 Atribut-atribut pada kuadran I berdasarkan perhitungan *PGCV*

No	Pertanyaan Kuisisioner	Nilai ACV	Nilai UDCV	Indeks PGCV	Urutan
1	Memiliki tempat parkir yang luas	13,29	21,44	8,15	1
2	Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah)	14,51	22,50	7,99	2
3	Memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen	13,28	21,25	7,97	3

Indeks *Potential Gain in Customer Value (PGCV)* adalah suatu cara yang digunakan untuk menentukan urutan atribut-atribut, sehingga dibuat urutan prioritas perbaikan melalui indeks *PGCV* dengan melihat nilai yang paling besar yang menjadi urutan prioritas perbaikan yang pertama.

Berdasarkan tabel perhitungan *PGCV* maka yang menjadi urutan prioritas yang pertama yang harus diperbaiki oleh bengkel servis Yamaha Intan Motor yaitu Memiliki tempat parkir

yang luas) dengan melihat nilai indeks *PGCV* untuk atribut ini nilainya paling tinggi dibandingkan dengan atribut-atribut yang lain dengan nilai Indeks *PGCV* sebesar 8,15. Atribut yang kedua adalah Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah) dengan nilai indeks *PGCV* sebesar 7,99. Atribut yang ketiga adalah memiliki rak untuk menyimpan helm dan barang konsumen dengan nilai indeks *PGCV* sebesar 7,97

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan dua Metode yaitu *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Potential Gain In Customer Value (PGCV)* hasilnya sama, ada tiga atribut yang perlu mendapat perbaikan yaitu Pertama memiliki tempat parkir yang luas, Kedua memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai seperti TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah. Atribut ketiga memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen. Ketiga atribut ini perlu mendapat perhatian khusus dari pihak manajemen Yamaha Intan Motor agar semua fasilitas/atribut yang diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dianalisis dan dibahas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pada pelayanan *Dealer* dan Bengkel Yamaha Intan Motor adalah :

1. Strategi atau usaha yang diberikan oleh Dealer dan Bengkel Yamaha Intan Motor belum sepenuhnya memuaskan pelanggan karena ada tiga atribut yang perlu mendapat perbaikan hendaknya pihak perusahaan segera memperbaiki atribut-atribut membuat yang pelanggan merasa kurang puas dengan cara menata ulang dan menambahkan fasilitas yang masih dianggap kurang oleh pelanggan.
2. Prioritas perbaikan layanan berdasarkan perhitungan *Importance Performance Analysis (IPA)*, maka urutan prioritas perbaikan maka atribut yang pertama adalah memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai seperti TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah dengan Tingkat Kesesuaian 71,67%, atribut yang kedua adalah memiliki tempat parkir yang luas dengan Tingkat Kesesuaian 73,30% atribut yang ketiga memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen. Sedangkan Berdasarkan perhitungan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)* didapat urutan prioritas perbaikan untuk atribut yang pertama adalah Memiliki tempat parkir yang luas dengan indeks PGCV 8,15, atribut kedua adalah Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai seperti TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah dengan Indeks PGCV 7,99 atribut ketiga memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen dengan indeks PGCV 7,97.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan dua metode terdapat 3 atribut yang perlu mendapat perbaikan.

6.2 Saran

Saran yang dapat dikemukakan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hendaknya Dealer dan Bengkel Servis Yamaha Intan Motor agar lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan dan mengupayakan tindakan perbaikan yang tepat untuk pengembangan dan peningkatan kualitas layanan serta kepuasan pelanggan.
2. Dengan mengetahui atribut-atribut yang menjadi harapan dan keinginan pelanggan, di harapkan Dealer dan Bengkel Servis Yamaha Intan Motor bisa memprioritaskan serta dapat menjadi bahan pertimbangan apa yang harus terlebih dahulu di perbaiki dan ditingkatkan sehingga kedepannya Dealer dan Bengkel Servis Yamaha Intan Motor tetap menjadi Dealer terkemuka dengan berorientasi pada kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaff, Mohammad. 2009. “ Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Perusahaan penerbangan PT. Garuda DiKota Semarang)” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 10. No. 2 Juli. Hal. 171 – 186. Unisulla Semarang. Semarang.
- Arikunto, S., (1997). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Indra, K., (2011), *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Importance Performance Matrix Dan Analytical Hierarchy Process Pada Jasa Industri Perbankan*. Skripsi, tidak diterbitkan, yogyakarta : Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
- Kotler, Philip. Alih Bahasa : Benyamin Molan. 2005. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas*. PT. Intan Sejati Klaten Jakarta.
- Lupiyodi, rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat Jakarta.
- Nazir, M., (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Supranto, J., (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Cetakan Pertama. UII Press. Yogyakarta..
- Sonya, M., (2010), *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik*. Skripsi, tidak diterbitkan, semarang, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen jasa*. Edisi Keempat. Andi Yogyakarta.
- Team Penyusun, 2010, *Buku Panduan Kerja Praktek dan Tugas Akhir*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Tandjung, Jenu Widjaja. 2004. *Marketing Management : Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Bayumedia Publishing. Malang.
- Usmara. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Amara Books. Yogyakarta.

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUISIONER

Dalam rangka penelitian tentang **Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perawatan Berkala Pada Sepeda Motor Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Potential Gain in Customer Value***, dimohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuisisioner tentang hal-hal yang mungkin menjadi harapan anda sebagai konsumen, dengan memberikan pendapat anda terhadap kinerja *Bengkel servis Intan MotorKroya*

Pernyataan yang bapak/ibu/saudara/i berikan tidak untuk menunjukkan benar atau salah.

Nama :

Alamat :

Type Motor :

Bagian 1 – Harapan Konsumen

Cara pengisian cukup dengan memberi **tandacheck point (√)** atau **tandasilang (X)** pada angka-angka sesuai dengan pilihan yang menurut saudara paling sesuai.

Pilihan-pilihan tersebut adalah:

1. Tidak Penting
2. Kurang Penting
3. Cukup Penting
4. Penting
5. Sangat Penting

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
Tangible (berwujud)						
1.	Peralatan servis sesuai dengan standar					
2.	Memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen					
3.	Memiliki tempat parkir yang luas					
4.	Memiliki mushola & toilet yang bersih					
5.	Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah)					

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
Reliability (keandalan)						
6.	Memberikan servis yang memuaskan sesuai kebutuhan konsumen					
7.	Bekerja dengan kesalahan yang minimal dan hasil yang maksimal					
Responsif (ketanggapan)						
8.	Karyawan mampu menjawab segala pertanyaan dan keluhan konsumen					
9.	Karyawan memberikan informasi yang akurat tentang proses yang telah dikerjakan					
10.	Pelayanan maksimal sebagai prioritas utama dealer					
Assurance (jaminan)						
11.	Konsumen merasa aman dalam melakukan kegiatannya di lingkungan dealer					
12.	Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan konsumen					
13.	Memiliki pelayanan yang baik (tepat dan aman)					
Empathy (empati)						
14.	Karyawan sopan dan ramah pada konsumen					
15.	Karyawan selalu bersedia untuk membantu konsumen					

Bagian 2 – Kenyataan yang di berikan Intan MotorKroya

Keterangan untuk pengisian :

1. Tidak Memuaskan
2. Kurang Memuaskan
3. Cukup Memuaskan
4. Memuaskan
5. Sangat Memuaskan

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
Tangible (berwujud)						
1.	Peralatan servis sesuai dengan standar					
2.	Memiliki rak yang memadai untuk menyimpan helm dan barang konsumen					
3.	Memiliki tempat parkir yang luas					
4.	Memiliki mushola & toilet yang bersih					
5.	Memiliki ruang tunggu dengan fasilitas yang memadai (TV, Kipas Angin, Kulkas, majalah)					
Reliability (keandalan)						
6.	Memberikan servis yang memuaskan sesuai kebutuhan konsumen					
7.	Bekerja dengan kesalahan yang minimal dan hasil yang maksimal					
Responsif (ketanggapan)						
8.	Karyawan mampu menjawab segala pertanyaan dan keluhan konsumen					
9.	Karyawan memberikan informasi yang akurat tentang proses yang telah dikerjakan					
10.	Pelayanan maksimal sebagai prioritas utama dealer					
Assurance (jaminan)						
11.	Konsumen merasa aman dalam melakukan kegiatannya di lingkungan dealer					

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
12.	Memiliki pelayanan yang baik (tepat dan aman)					
13.	Karyawan memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan konsumen					
Empathy (empati)						
14.	Karyawan sopan dan ramah pada konsumen					
15.	Karyawan selalu bersedia untuk membantu konsumen					

Lampiran 2

Rekap Jawaban Kuisisioner Yamaha Intan Motor

No	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y11	y12	y13	y14	y15
1	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
2	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	3	2	5	4	5	4	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	2	4	2	4	4	5	5	5	4	5	2	4	4	4	4
6	5	4	3	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
7	5	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4
8	5	3	5	3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	3	4
9	2	3	3	3	3	5	4	1	2	3	1	2	3	1	2
10	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
11	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
12	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5
13	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
15	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
16	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4
17	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
18	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	3	4	4
19	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
20	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	3	5	4	4
21	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4
22	3	3	2	2	1	2	1	1	2	1	3	1	3	1	3
23	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
24	5	3	4	4	4	3	5	5	5	5	3	5	3	4	4
25	3	2	3	4	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5
26	4	3	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	4	5

27	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5
28	4	3	5	4	3	5	5	2	3	5	5	5	4	4	4
29	3	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4
30	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	5	4	3	5	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5
35	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	3
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	3	5	5	3	4	4	5	3	3	3	5	4	3	4	4
42	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
43	4	4	4	4	5	3	5	5	3	2	4	2	3	3	3
44	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
45	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5
46	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5
49	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	5	3	5	5	3	4	4	2	3	3	3
51	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3
52	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	3	3	3	5
53	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3
57	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4
59	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	4	3	3	3	4
60	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	3	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	3	3	5	3
63	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4
64	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5
65	4	5	3	4	5	4	5	5	3	5	5	5	3	5	4
66	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5
67	3	5	3	3	5	4	5	3	3	3	5	4	4	4	4

68	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
69	1	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	2	4	3	3
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4
71	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4
72	3	5	2	3	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4
73	3	5	5	5	5	3	4	3	3	4	4	3	3	5	3
74	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3
77	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
78	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5
Total	332	340	343	340	360	355	351	349	339	330	333	330	332	336	345

No	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15
1	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	3	3	4	2	1	3	3	3	2	3	3	4	4
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4
6	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
7	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5
8	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
9	4	2	3	3	4	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2
10	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
11	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
12	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
13	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
14	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
15	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
16	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5
17	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5
18	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4
19	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4

20	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
21	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	2	1	3	4	5	1	2	3	1	4	1	3	5	1	3
23	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
24	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
27	2	3	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
28	3	4	5	5	4	4	2	3	3	4	3	3	3	5	5
29	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
30	2	3	3	4	3	1	2	1	2	4	2	2	2	2	2
31	3	2	4	3	4	4	5	2	2	2	2	3	3	3	4
32	4	4	2	3	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4
33	3	3	2	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2
34	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
35	3	3	3	3	2	3	5	3	3	2	4	1	2	3	4
36	4	4	5	4	3	5	5	5	3	1	3	2	3	3	5
37	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
38	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
39	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	5	3	3	2
40	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
41	5	4	4	5	5	4	4	4	2	2	3	2	3	2	5
42	4	3	4	4	3	5	5	5	4	3	4	1	3	3	5
43	4	2	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4
44	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3
45	4	2	2	4	3	5	5	5	3	3	4	2	3	2	5
46	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
47	4	5	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	5
48	5	4	3	5	5	4	4	4	2	2	4	4	3	2	5
49	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3
50	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	3
51	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4

52	3	3	3	4	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3
53	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4
54	4	5	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	5
55	2	2	3	4	2	4	2	2	5	5	4	2	3	2	3
56	4	3	2	4	3	3	5	5	5	4	4	2	3	3	3
57	3	2	2	3	4	4	5	2	2	2	3	3	4	3	4
58	3	2	3	4	3	4	2	2	5	3	4	4	3	2	3
59	3	2	2	3	1	3	2	1	5	2	3	3	2	3	1
60	4	4	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	5	3	3
61	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2
62	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3
63	3	3	2	4	2	3	3	4	5	2	2	3	5	3	2
64	1	2	1	3	1	3	2	4	3	2	3	3	3	2	2
65	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
66	3	3	2	3	3	5	5	4	3	3	4	3	4	3	2
67	4	3	3	4	3	4	4	3	3	5	3	5	2	3	3
68	4	3	2	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
69	4	2	3	4	3	3	3	5	2	3	5	3	4	3	5
70	3	2	3	4	2	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3
71	4	2	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3
72	1	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	5	3	2	2
73	4	4	2	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
74	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	5	4	3
75	4	2	2	4	3	4	2	4	4	4	3	4	2	3	3
76	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3
77	3	3	2	2	2	5	5	4	3	3	4	5	3	5	3
78	4	2	2	3	2	3	4	4	4	5	5	3	3	3	4
79	4	2	2	3	2	4	2	4	4	4	4	5	3	4	3
80	4	3	3	4	3	5	5	5	3	3	3	2	3	3	4
Total	275	250	248	308	258	288	285	287	278	272	270	271	270	275	293

Lampiran 3

NO	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14	x15	Y
1	3	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	71
2	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
3	2	3	3	3	4	2	1	3	3	3	2	3	3	4	4	43
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	70
5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	59
6	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	70
7	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	5	62
8	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	57
9	4	2	3	3	4	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	34
10	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	54
11	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	66
12	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	66
13	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	34
14	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	65
15	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	64
16	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	67
17	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	67
18	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	56
19	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	53
20	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	56
21	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
22	2	1	3	4	5	1	2	3	1	4	1	3	5	1	3	39
23	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	57
24	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	39
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
26	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	54
27	2	3	3	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	53
28	3	4	5	5	4	4	2	3	3	4	3	3	3	5	5	56
29	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	48
30	2	3	3	4	3	1	2	1	2	4	2	2	2	2	2	35
31	3	2	4	3	4	4	5	2	2	2	2	3	3	3	4	46
32	4	4	2	3	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4	45
33	3	3	2	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	2	2	42
34	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	56
35	3	3	3	3	2	3	5	3	3	2	4	1	2	3	4	44
36	4	4	5	4	3	5	5	5	3	1	3	2	3	3	5	55
37	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	52

38	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	48
39	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	5	3	3	2	42
40	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	48
41	5	4	4	5	5	4	4	4	2	2	3	2	3	2	5	54
42	4	3	4	4	3	5	5	5	4	3	4	1	3	3	5	56
43	4	2	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	51
44	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3	42
45	4	2	2	4	3	5	5	5	3	3	4	2	3	2	5	52
46	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	51
47	4	5	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	5	57
48	5	4	3	5	5	4	4	4	2	2	4	4	3	2	5	56
49	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	40
50	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	3	25
51	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	56
52	3	3	3	4	2	5	5	4	3	2	3	2	2	3	3	47
53	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	51
54	4	5	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	5	57
55	2	2	3	4	2	4	2	2	5	5	4	2	3	2	3	45
56	4	3	2	4	3	3	5	5	5	4	4	2	3	3	3	53
57	3	2	2	3	4	4	5	2	2	2	3	3	4	3	4	46
58	3	2	3	4	3	4	2	2	5	3	4	4	3	2	3	47
59	3	2	2	3	1	3	2	1	5	2	3	3	2	3	1	36
60	4	4	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	5	3	3	59
61	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	39
62	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	46
63	3	3	2	4	2	3	3	4	5	2	2	3	5	3	2	46
64	1	2	1	3	1	3	2	4	3	2	3	3	3	2	2	35
65	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	56
66	3	3	2	3	3	5	5	4	3	3	4	3	4	3	2	50
67	4	3	3	4	3	4	4	3	3	5	3	5	2	3	3	52
68	4	3	2	5	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	61
69	4	2	3	4	3	3	3	5	2	3	5	3	4	3	5	52
70	3	2	3	4	2	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	46
71	4	2	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3	49
72	1	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	5	3	2	2	41
73	4	4	2	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	61
74	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	5	4	3	48
75	4	2	2	4	3	4	2	4	4	4	3	4	2	3	3	48
76	2	3	3	4	2	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	46
77	3	3	2	2	2	5	5	4	3	3	4	5	3	5	3	52
78	4	2	2	3	2	3	4	4	4	5	5	3	3	3	4	51

79	4	2	2	3	2	4	2	4	4	4	4	5	3	4	3	50
80	4	3	3	4	3	5	5	5	3	3	3	2	3	3	4	53
Σ	275	250	248	308	258	288	285	287	278	272	270	271	270	275	293	4128

Tabel skor atribut dan skor faktor untuk uji validitas

Lampiran 4

Tabel Korelasi Momen Tangkar Antara Skor Atribut 1 (x1) Dengan Skor Faktor

No	X1	X1 ²	Y	Y ²	XY1
1	3	9	71	5041	213
2	5	25	74	5476	370
3	2	4	43	1849	86
4	5	25	70	4900	350
5	4	16	59	3481	236
6	5	25	70	4900	350
7	3	9	62	3844	186
8	4	16	57	3249	228
9	4	16	34	1156	136
10	4	16	54	2916	216
11	4	16	66	4356	264
12	4	16	66	4356	264
13	2	4	34	1156	68
14	5	25	65	4225	325
15	4	16	64	4096	256
16	5	25	67	4489	335
17	4	16	67	4489	268
18	4	16	56	3136	224
19	4	16	53	2809	212
20	4	16	56	3136	224
21	4	16	58	3364	232
22	2	4	39	1521	78
23	4	16	57	3249	228
24	2	4	39	1521	78
25	4	16	60	3600	240
26	3	9	54	2916	162
27	2	4	53	2809	106
28	3	9	56	3136	168
29	3	9	48	2304	144
30	2	4	35	1225	70

31	3	9	46	2116	138
32	4	16	45	2025	180
33	3	9	42	1764	126
34	4	16	56	3136	224
35	3	9	44	1936	132
36	4	16	55	3025	220
37	3	9	52	2704	156
38	2	4	48	2304	96
39	3	9	42	1764	126
40	2	4	48	2304	96
41	5	25	54	2916	270
42	4	16	56	3136	224
43	4	16	51	2601	204
44	3	9	42	1764	126
45	4	16	52	2704	208
46	3	9	51	2601	153
47	4	16	57	3249	228
48	5	25	56	3136	280
49	2	4	40	1600	80
50	3	9	25	625	75
51	4	16	56	3136	224
52	3	9	47	2209	141
53	3	9	51	2601	153
54	4	16	57	3249	228
55	2	4	45	2025	90
56	4	16	53	2809	212
57	3	9	46	2116	138
58	3	9	47	2209	141
59	3	9	36	1296	108
60	4	16	59	3481	236
61	3	9	39	1521	117
62	4	16	46	2116	184
63	3	9	46	2116	138
64	1	1	35	1225	35
65	4	16	56	3136	224
66	3	9	50	2500	150
67	4	16	52	2704	208
68	4	16	61	3721	244
69	4	16	52	2704	208
70	3	9	46	2116	138
71	4	16	49	2401	196
72	1	1	41	1681	41
73	4	16	61	3721	244
74	3	9	48	2304	144
75	4	16	48	2304	192
76	2	4	46	2116	92

77	3	9	52	2704	156
78	4	16	51	2601	204
79	4	16	50	2500	200
80	4	16	53	2809	212
Σ	275	1013	4128	220246	14657

Lampiran 5

Tabel Perhitungan Tingkat Kesesuaian

Pertanyaan Kuisisioner	x	\bar{x}	y	\bar{y}	Tingkat Kesesuaian	Keputusan
1	275	3,44	332	4,15	82,83	Pertahankan
2	250	3,13	340	4,25	73,53	Perbaiki
3	248	3,10	343	4,29	72,30	Perbaiki
4	308	3,85	340	4,25	90,59	Pertahankan
5	258	3,23	360	4,50	71,67	Perbaiki
6	288	3,60	355	4,44	81,13	Pertahankan
7	285	3,56	351	4,39	81,20	Pertahankan
8	287	3,59	349	4,36	82,23	Pertahankan
9	278	3,48	339	4,24	82,01	Pertahankan
10	272	3,40	330	4,13	82,42	Pertahankan
11	270	3,38	333	4,16	81,08	Pertahankan
12	271	3,39	330	4,13	82,12	Pertahankan
13	270	3,38	332	4,15	81,33	Pertahankan
14	275	3,44	336	4,20	81,85	Pertahankan
15	293	3,66	345	4,31	84,93	Pertahankan

Lampiran 6

Perhitungan Indeks PGCV

Pertanyaan Kuisisioner	Performance \bar{x}	Importance \bar{y}	Nilai ACV $\bar{x} \times \bar{y}$	Nilai UDCV $\bar{y} \times P_{max}$	Indeks PGCV	Urutan ke
1	3,44	4,15	14,27	20,75	6,48	
2	3,13	4,25	13,28	21,25	7,97	3
3	3,10	4,29	13,29	21,44	8,15	1
4	3,85	4,25	16,36	21,25	4,89	
5	3,23	4,50	14,51	22,50	7,99	2
6	3,60	4,44	15,98	22,19	6,21	
7	3,56	4,39	15,63	22	6,31	
8	3,59	4,36	15,65	21,81	6,16	
9	3,48	4,24	14,73	21,19	6,46	
10	3,40	4,13	14,03	20,63	6,60	
11	3,38	4,16	14,05	20,81	6,76	
12	3,39	4,13	13,97	20,63	6,65	
13	3,38	4,15	14,01	20,75	6,74	
14	3,44	4,20	14,44	21,00	6,56	
15	3,66	4,31	15,79	21,56	5,77	

Lampiran 7

Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan *software* SPSS 16

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excludeda	0	.0
	Total	80	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.4375	.92564	80
VAR00002	3.1250	.95963	80
VAR00003	3.1000	.97565	80
VAR00004	3.8500	.73087	80
VAR00005	3.2250	1.00599	80
VAR00006	3.6000	.97565	80
VAR00007	3.5625	1.05355	80
VAR00008	3.5875	1.02739	80
VAR00009	3.4750	.95434	80

VAR00010	3.4000	1.07444	80
VAR00011	3.3750	.90533	80
VAR00012	3.3875	1.02493	80
VAR00013	3.3750	.89124	80
VAR00014	3.4375	1.04147	80
VAR00015	3.6625	1.01811	80

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	48.1625	80.695	.608	.898
VAR00002	48.4750	78.632	.711	.894
VAR00003	48.5000	80.456	.586	.899
VAR00004	47.7500	83.203	.594	.899
VAR00005	48.3750	80.794	.545	.901
VAR00006	48.0000	80.278	.597	.899
VAR00007	48.0375	80.619	.525	.901
VAR00008	48.0125	80.240	.563	.900
VAR00009	48.1250	82.566	.472	.903
VAR00010	48.2000	79.048	.600	.899
VAR00011	48.2250	80.151	.659	.897
VAR00012	48.2125	81.815	.474	.903
VAR00013	48.2250	81.366	.591	.899
VAR00014	48.1625	78.087	.679	.895
VAR00015	47.9375	77.882	.709	.894

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
51.6000	91.661	9.57396	15

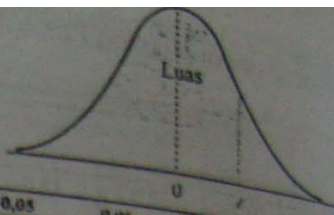
Lampiran 8

Tabel r Product Moment

N	α	N	α	N	α	N	α
	5%		5%		5%		5%
1	0,997	26	0,374	51	0,271	76	0,223
2	0,950	27	0,367	52	0,268	77	0,221
3	0,878	28	0,361	53	0,266	78	0,220
4	0,811	29	0,355	54	0,263	79	0,219
5	0,775	30	0,349	55	0,261	80	0,217
6	0,707	31	0,344	56	0,257	81	0,216
7	0,666	32	0,339	57	0,256	82	0,215
8	0,632	33	0,334	58	0,254	83	0,213
9	0,602	34	0,329	59	0,252	84	0,212
10	0,576	35	0,325	60	0,250	85	0,211
11	0,553	36	0,320	61	0,248	86	0,210
12	0,532	37	0,316	62	0,246	87	0,208
13	0,514	38	0,312	63	0,244	88	0,207
14	0,497	39	0,308	64	0,242	89	0,206
15	0,482	40	0,304	65	0,240	90	0,205
16	0,468	41	0,301	66	0,239	91	0,204
17	0,456	42	0,297	67	0,237	92	0,203
18	0,444	43	0,294	68	0,235	93	0,202
19	0,433	44	0,291	69	0,234	94	0,201
20	0,423	45	0,288	70	0,232	95	0,200
21	0,413	46	0,285	71	0,230	96	0,199
22	0,404	47	0,282	72	0,229	97	0,198
23	0,396	48	0,279	73	0,227	98	0,197
24	0,388	49	0,276	74	0,226	99	0,196
25	0,381	50	0,273	75	0,224	100	0,195

Sumber: Singarimbun, 1989

Tabel L.3 Luas di bawah kurva normal



z	0,00	0,01	0,02	0,03	0,04	0,05	0,06	0,07	0,08	0,09
-3,4	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003	0,0003
-3,3	0,0005	0,0005	0,0005	0,0005	0,0004	0,0004	0,0004	0,0004	0,0004	0,0004
-3,2	0,0007	0,0007	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0006	0,0005	0,0005	0,0005
-3,1	0,0010	0,0009	0,0009	0,0009	0,0009	0,0008	0,0008	0,0008	0,0007	0,0007
-3,0	0,0013	0,0013	0,0013	0,0012	0,0012	0,0011	0,0011	0,0011	0,0010	0,0010
-2,9	0,0019	0,0018	0,0017	0,0017	0,0016	0,0016	0,0015	0,0015	0,0014	0,0014
-2,8	0,0026	0,0025	0,0024	0,0023	0,0023	0,0022	0,0022	0,0021	0,0021	0,0020
-2,7	0,0035	0,0034	0,0033	0,0032	0,0031	0,0030	0,0029	0,0028	0,0027	0,0027
-2,6	0,0047	0,0045	0,0044	0,0043	0,0041	0,0040	0,0039	0,0038	0,0037	0,0036
-2,5	0,0062	0,0060	0,0059	0,0057	0,0055	0,0054	0,0052	0,0051	0,0049	0,0048
-2,4	0,0082	0,0080	0,0078	0,0075	0,0073	0,0071	0,0069	0,0068	0,0066	0,0064
-2,3	0,0107	0,0104	0,0102	0,0099	0,0096	0,0094	0,0091	0,0089	0,0087	0,0085
-2,2	0,0139	0,0136	0,0132	0,0129	0,0125	0,0122	0,0119	0,0116	0,0113	0,0111
-2,1	0,0179	0,0174	0,0170	0,0166	0,0162	0,0158	0,0154	0,0150	0,0146	0,0143
-2,0	0,0228	0,0222	0,0217	0,0212	0,0207	0,0202	0,0197	0,0192	0,0188	0,0184
-1,9	0,0287	0,0281	0,0274	0,0268	0,0262	0,0256	0,0250	0,0244	0,0239	0,0233
-1,8	0,0359	0,0352	0,0344	0,0336	0,0329	0,0322	0,0314	0,0307	0,0301	0,0294
-1,7	0,0446	0,0436	0,0427	0,0418	0,0409	0,0401	0,0392	0,0384	0,0375	0,0367
-1,6	0,0548	0,0537	0,0526	0,0516	0,0505	0,0495	0,0485	0,0475	0,0465	0,0455
-1,5	0,0668	0,0655	0,0643	0,0630	0,0618	0,0606	0,0594	0,0582	0,0571	0,0559
-1,4	0,0808	0,0793	0,0778	0,0764	0,0749	0,0735	0,0722	0,0708	0,0694	0,0681
-1,3	0,0968	0,0951	0,0934	0,0918	0,0901	0,0885	0,0869	0,0853	0,0838	0,0823
-1,2	0,1151	0,1131	0,1112	0,1093	0,1075	0,1056	0,1038	0,1020	0,1003	0,0985
-1,1	0,1357	0,1335	0,1314	0,1292	0,1271	0,1251	0,1230	0,1210	0,1190	0,1170
-1,0	0,1587	0,1562	0,1539	0,1515	0,1492	0,1469	0,1446	0,1423	0,1401	0,1379
-0,9	0,1841	0,1814	0,1788	0,1762	0,1736	0,1711	0,1685	0,1660	0,1635	0,1611
-0,8	0,2119	0,2090	0,2061	0,2033	0,2005	0,1977	0,1949	0,1922	0,1894	0,1867
-0,7	0,2420	0,2389	0,2358	0,2327	0,2296	0,2266	0,2236	0,2206	0,2177	0,2148
-0,6	0,2743	0,2709	0,2676	0,2643	0,2611	0,2578	0,2546	0,2514	0,2483	0,2451
-0,5	0,3085	0,3050	0,3015	0,2981	0,2946	0,2912	0,2877	0,2843	0,2810	0,2778
-0,4	0,3446	0,3409	0,3372	0,3336	0,3300	0,3264	0,3228	0,3192	0,3156	0,3121
-0,3	0,3821	0,3783	0,3745	0,3707	0,3669	0,3632	0,3594	0,3557	0,3520	0,3483
-0,2	0,4207	0,4168	0,4129	0,4090	0,4052	0,4013	0,3974	0,3936	0,3897	0,3858
-0,1	0,4602	0,4562	0,4522	0,4483	0,4443	0,4404	0,4364	0,4325	0,4286	0,4247
-0,0	0,5000	0,4960	0,4920	0,4880	0,4840	0,4801	0,4761	0,4721	0,4681	0,4641
0,0	0,5000	0,5040	0,5080	0,5120	0,5160	0,5199	0,5239	0,5279	0,5319	0,5359
0,1	0,5398	0,5438	0,5478	0,5517	0,5557	0,5596	0,5636	0,5675	0,5714	0,5753
0,2	0,5793	0,5832	0,5871	0,5910	0,5948	0,5987	0,6026	0,6064	0,6103	0,6141
0,3	0,6179	0,6217	0,6255	0,6293	0,6331	0,6368	0,6406	0,6443	0,6480	0,6517
0,4	0,6554	0,6591	0,6628	0,6664	0,6700	0,6736	0,6772	0,6808	0,6844	0,6879
0,5	0,6915	0,6950	0,6985	0,7019	0,7054	0,7088	0,7123	0,7157	0,7190	0,7224
0,6	0,7257	0,7291	0,7324	0,7357	0,7389	0,7422	0,7454	0,7486	0,7517	0,7549
0,7	0,7580	0,7611	0,7642	0,7673	0,7704	0,7734	0,7764	0,7794	0,7823	0,7852
0,8	0,7881	0,7910	0,7939	0,7967	0,7995	0,8023	0,8051	0,8078	0,8106	0,8133
0,9	0,8159	0,8186	0,8212	0,8238	0,8264	0,8289	0,8315	0,8340	0,8365	0,8389
1,0	0,8413	0,8438	0,8461	0,8485	0,8508	0,8531	0,8554	0,8577	0,8599	0,8621
1,1	0,8643	0,8665	0,8686	0,8708	0,8729	0,8749	0,8770	0,8790	0,8810	0,8829
1,2	0,8849	0,8869	0,8888	0,8907	0,8925	0,8944	0,8962	0,8980	0,8997	0,9015
1,3	0,9031	0,9049	0,9066	0,9082	0,9099	0,9115	0,9131	0,9147	0,9162	0,9178
1,4	0,9092	0,9207	0,9222	0,9236	0,9251	0,9265	0,9278	0,9292	0,9306	0,9319
1,5	0,9332	0,9345	0,9357	0,9370	0,9382	0,9394	0,9406	0,9418	0,9429	0,9441
1,6	0,9452	0,9463	0,9474	0,9484	0,9495	0,9505	0,9515	0,9525	0,9535	0,9545
1,7	0,9554	0,9564	0,9573	0,9582	0,9591	0,9599	0,9608	0,9616	0,9625	0,9633
1,8	0,9641	0,9649	0,9656	0,9664	0,9671	0,9678	0,9686	0,9693	0,9701	0,9707
1,9	0,9713	0,9719	0,9726	0,9732	0,9738	0,9744	0,9750	0,9756	0,9761	0,9767
2,0	0,9772	0,9778	0,9783	0,9788	0,9793	0,9798	0,9803	0,9808	0,9812	0,9817
2,1	0,9821	0,9826	0,9830	0,9834	0,9838	0,9842	0,9846	0,9850	0,9854	0,9858
2,2	0,9861	0,9864	0,9868	0,9871	0,9875	0,9878	0,9881	0,9884	0,9887	0,9890
2,3	0,9893	0,9896	0,9898	0,9901	0,9904	0,9906	0,9909	0,9911	0,9913	0,9915
2,4	0,9918	0,9920	0,9922	0,9923	0,9927	0,9929	0,9931	0,9932	0,9934	0,9935
2,5	0,9938	0,9940	0,9941	0,9943	0,9945	0,9946	0,9948	0,9949	0,9951	0,9952
2,6	0,9953	0,9955	0,9956	0,9957	0,9959	0,9960	0,9961	0,9962	0,9963	0,9964
2,7	0,9965	0,9966	0,9967	0,9968	0,9969	0,9970	0,9971	0,9972	0,9973	0,9974
2,8	0,9974	0,9975	0,9976	0,9977	0,9977	0,9978	0,9979	0,9979	0,9980	0,9981
2,9	0,9981	0,9982	0,9982	0,9983	0,9984	0,9984	0,9985	0,9985	0,9986	0,9986
3,0	0,9987	0,9987	0,9987	0,9988	0,9988	0,9989	0,9989	0,9989	0,9990	0,9990
3,1	0,9990	0,9991	0,9991	0,9991	0,9992	0,9992	0,9992	0,9993	0,9993	0,9993
3,2	0,9993	0,9993	0,9994	0,9994	0,9994	0,9994	0,9995	0,9995	0,9995	0,9995
3,3	0,9995	0,9995	0,9995	0,9996	0,9996	0,9996	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997
3,4	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997	0,9997



**DEALER RESMI YAMAHA
CV. INTAN MOTOR**

Jl. Tugu Utara No. 34 SAMPANG-CILACAP TELP. (0282) 497086
Jl. Achmad Yani No. 7-9 KROYA - CILACAP TELP. (0282) 494118
Jl. Urip Sumoharjo No. 233 GUMILIR-CILACAP TELP (0282) 544071



SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini pimpinan Dealer dan Bengkel Servis Yamaha Intan Motor Kroya menerangkan bahwa :

Nama : Anwar Yunus
NIM : 06522025
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Telah melakukan penelitian pada :

Tanggal : 23 Januari 2012 – 30 Januari 2012

Tempat : Dealer dan Bengkel Servis Yamaha Intan Motor Kroya

Judul : **Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perawatan Berkala Sepeda Motor Dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* dan *Potential Gain Customer Values*.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Cilacap, 6 Februari 2012

Pimpinan Yamaha Intan Motor Kroya



M. Waris Nur Hanafi



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

JURUSAN : TEKNIK INDUSTRI, TEKNIK KIMIA, TEKNIK INFORMATIKA, TEKNIK ELEKTRO, DAN TEKNIK MESIN
Kampus : Jalan Kaliurang Km. 14,4 Telp. (0274) 895287, 895007 Facs. (0274) 895007 Ext. 148; Kotak Pos 75 Sleman 55501 Yogyakarta
<http://www.uui.ac.id> atau <http://www.fti-uui.org> e-mail : fti@uui.ac.id

SURAT KETERANGAN HABIS TEORI

No. : 13.02312/SKHT/FTI/2012

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : ANWAR YUNUS
Nomor Mahasiswa : 06522025
Jurusan : Teknik Industri
Jenjang : Strata 1 (S-1)

Telah dinyatakan **HABIS TEORI** berdasarkan rapat Yudisium Jurusan Teknik Industri Tanggal
23 Februari 2012 Semester Ganjil tahun akademi 2011/2012.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di : Yogyakarta

Pada Tanggal : 23 Februari 2012

Ketua Jurusan Teknik Industri,



Drs. Mohammad Ibnu Mastur, MSIE