

TUGAS AKHIR

**PENGUKURAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE *SERVICE
QUALITY (SERVQUAL)*
(STUDI KASUS PADA BENGKEL UD. BERKAH BUDI MOBIL
DI KOTA SEMARANG)**



DISUSUN OLEH :

SUHARTONO

(31601601355)

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2023

**MEASUREMENT OF CUSTOMER SATISFACTION WITH
SERVICE QUALITY METHOD (SERVQUAL) (CASE STUDY AT
UD WORKSHOP. BERKAH BUDI MOBIL IN SEMARANG CITY)**

*Proposed to complete the requirement to obtain a bachelor's degree (S1) at
Departement of Industrial Engineering, faculty of Industrial Technology,
Universitas Islam Agung Semarang*



**DEPARTEMENT OF INDUSTRIAL ENGINEERING
FACULTY OF INDUSTRIAL TECHNOLOGY
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Laporan Tugas Akhir dengan judul "Pengukur Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual di UD. Berkah Budi Mobil" ini disusun oleh :

Nama : Suhartono

NIM : 31601601355

Program Studi : Teknik Industri

Telah disahkan oleh dosen pembimbing pada :

Hari :

Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II


Wiwiek Fatmawati, ST., M.Eng

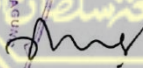
NIDN. 062210401


Dr. Novi Marlana, ST., MT

NIDN. 0015117601

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri


Nuzulia Khoirivah ST., MT

NIK. 210603029

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Laporan Tugas Akhir dengan judul "Pengukur Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual di UD. Berkah Budi Mobil" ini telah dipertahankan di depan dosen penguji Tugas Akhir pada :

Hari :

Tanggal :

TIM PENGUJI

Anggota I

Muhammad Sagaf, ST., MT

NIK. 0623037705

Anggota II

Rieska Ernawati ST., MT

NIK. 0608099201

Ketua Penguji

Nuzulia Khoiriyah ST., MT

NIDN. 0624057901

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suhartono
NIM : 31601601355
Judul Tugas Akhir : Pengukur Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan dengan Metode Servqual di UD. Berkah Budi Mobil.

Dengan ini saya menyatakan bahwa judul dan isi Tugas Akhir yang saya buat dalam rangka menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Teknik Industri tersebut adalah asli dan belum pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan oleh siapapun baik keseluruhan maupun sebagian, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka, dan apabila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa judul Tugas Akhir tersebut pernah diangkat, ditulis ataupun dipublikasikan, maka saya bersedia dikenakan sanksi akademis. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sadar dan penuh tanggung jawab.

Semarang, Agustus 2023

Yang Menyatakan



Suhartono

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suhartono

NIM : 31601601355

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Teknologi industri

Alamat Asal : Sedayu Jati RT 04/01, Kec. Genuk , Kota Semarang

Dengan ini menyatakan Karya Ilmiah berupa Tugas akhir dengan Judul :

Menyetujui menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak bebas Royalti Non-Eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dan pangkalan data dan dipublikasikan diinternet dan media lain untuk kepentingan akademis selama tetap menyantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiatisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Universitas Islam Sultan agung.

Semarang, Agustus 2023

Yang Menyatakan



Suhartono

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan untuk,

Kedua Orang Tua dan adek ku :

Bapak Budiono

Ibu Suharni

Adek Toni Hardiyono



HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

“...dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya yang berputus asa dari rahmat Allah, hanyalah orang-orang yang kafir.”

QS YUSUF : 87

“Setiap fase yang kamu jalani harus bisa mendatangkan pelajaran untuk naik ke fase berikutnya”

Merry Riana

“Hiduplah seakan-akan kamu akan mati besok. Belajarlah seakan-akan kamu akan hidup selamanya”

Mahatma Gandhi

“Untuk mendapatkan apa yang kamu suka, pertama kamu harus sabar dengan apa yang kamu benci”

Imam Al Ghazali

“Manusia yang berakal adalah manusia yang suka menerima dan meminta nasihat”

Umar bin Khattab

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas kebesaran, limpahan rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir (TA). Sholawat serta salam semoga selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Penyusunan laporan Tugas Akhir ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar ST, Program Studi Teknik Industri, Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan serta arahan dari berbagai pihak sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang memudahkan penulis dalam membuat dan menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
2. Bapak dan Ibu selaku orang tua Penulis yang selalu memberikan do'a, perhatian, dorongan, semangat, materi dan limpahan kasih sayang yang tiada henti kepada Penulis.
3. Ibu Wiwiek Fatmawati.,ST.,M.Eng dan Ibu Dr. Novi Marlyana.,ST, MT selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Nuzulia Khoiriyah,ST.,MT, Bapak Muhammad Sagaf, ST., MT. dan Ibu Rieska Ernawati, ST.,MT selaku dosen penguji yang bersedia memberikan masukan berupa saran maupun kritik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Teknik Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membimbing dan mengajar materi selama perkuliahan.
6. Budiono yang telah memberikan izin penelitian sekaligus memberikan informasi mengenai pelayanan di Bengkel Berkah Budi Mobil

7. Terima kasih Saudara, Toni, Aficenna, Raisa yang selalu memberikan semangat dan mengingatkan untuk segera menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
8. Terima kasih teman-teman Teknik Industri Angkatan 2016, Fathoni, dan WhildaNadia yang telah memberikan masukan dalam menempuh Gelar Sarjana Teknik ini.
9. Teman-teman Bengkel dan Kos Berkah terima kasih sudah menjadi motivasi terbaik dan memberikan semangat dalam menyusun Laporan Tugas Akhir.
10. Serta semua pihak terkait lainnya yang telah banyak membantu dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.

Akhir kata saya mohon maaf apabila terdapat kesalahan maupun kekurangannya, untuk kritik dan saran saya harapkan dari pembaca. Semoga laporan ini bermanfaat, sehingga dapat dipergunakan oleh semua pihak yang membutuhkan, terimakasih saya ucapkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, Agustus 2023

Suhartono

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Pembatasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Landasan Teori.....	12
2.2.1 Kualitas	12
2.2.2 Konsep Pelayanan Jasa	13
2.2.3 Kepuasan Pelanggan	14
2.2.4 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	15
2.2.5 Kualitas Layanan Servqual	16
2.2.6 Model Service Quality (servqual).....	18
2.2.7 Jasa yang Diharapkan dan Dipersepsikan	21
2.3 Hipotesa dan Kerangka Teoritis	22
2.3.1 Hipotesa	22
2.3.2 Kerangka Teoritis.....	23
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24
3.1 Pengumpulan Data	24

3.1.1 Pengambilan Data	24
3.1.2 Penyusunan Kuesioner.....	24
3.1.3 Populasi dan Sample	24
3.1.4 Teknik Sampling.....	24
3.2 Teknik Pengumpulan Data	25
3.2.1 Kuesioner	25
3.3 Pengujian Hipotesa.....	26
3.4 Metode Analisis.....	26
3.5 Pembahasan	27
3.6 Penarikan Kesimpulan.....	27
3.7 Diagram alir.....	27
BAB IV	30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Pengumpulan Data	30
4.1.1 Deskripsi UD. Berkah Budi Mobil	30
4.1.2 Identifikasi kuesioner.....	31
4.1.3 Penyusunan Atribut Kuesioner.....	37
4.1.4 Penentuan Sample	38
4.1.5 Karakteristik Responden.....	39
4.2 Uji Reliability dan Validitas	40
4.2.1 Uji Reliability.....	40
4.2.2 Uji Validitas	41
4.3 Pengolahan Data.....	43
4.3.1 Perhitungan Nilai Kepentingan.....	44
4.3.2 Perhitungan Nilai Kenyataan/Persepsi yang diterima.....	44
4.3.3 Perhitungan Nilai Servqual	45
4.4 Pengukuran.....	47
4.4.1 Pengukuran Servqual	48
4.4.2 Pengukur Gap Servqual	48
4.5 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA)	49
4.6 Analisa dan Pembahasan Pengukur Kualitas Pelayanan	51
BAB V	53
KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	54

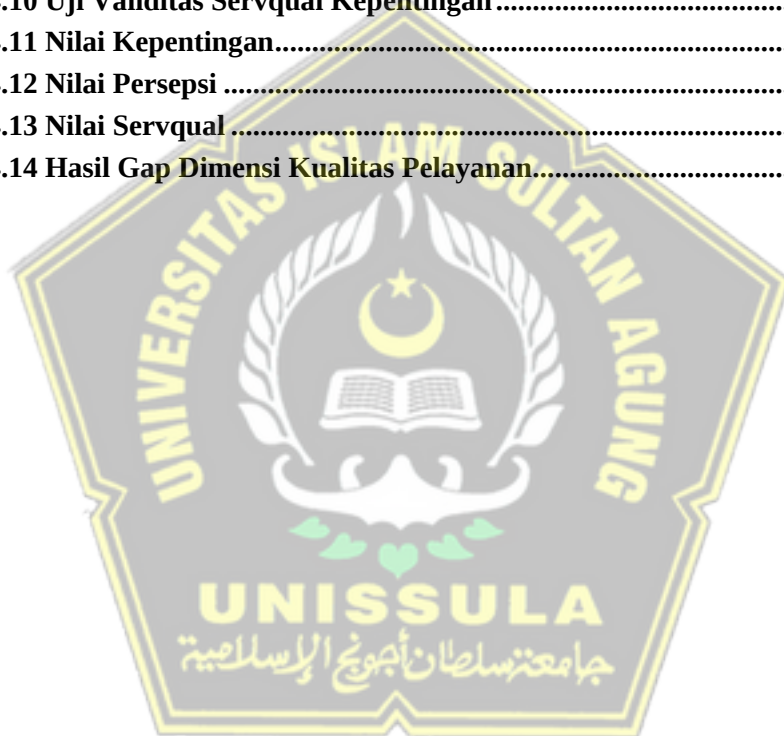
DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.2 Model konseptual servqualError! Bookmark not defined.
Gambar 2.3 Kerangka teoritisError! Bookmark not defined.
Gambar 3.2 Diagram alirError! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Hasil Pembuatan Diagram KartesiusError! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka	8
Tabel 3.1 Skala Penelitian Kuesioner.....	26
Tabel 4.1 Identifikasi kuesioner.....	31
Tabel 4.2 Attribute Penelitian.....	37
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliability Servqual Presepsi	40
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliability Servqual Kepentingan.....	41
Tabel 4.8 Uji Validitas Servqual Presepsi.....	42
Tabel 4.10 Uji Validitas Servqual Kepentingan	43
Tabel 4.11 Nilai Kepentingan.....	44
Tabel 4.12 Nilai Persepsi	45
Tabel 4.13 Nilai Servqual	46
Tabel 4.14 Hasil Gap Dimensi Kualitas Pelayanan.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A1. KUESIONER

LAMPIRAN A2. DATA MENTAH KUESIONER TERTUTUP

LAMPIRAN A3. UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

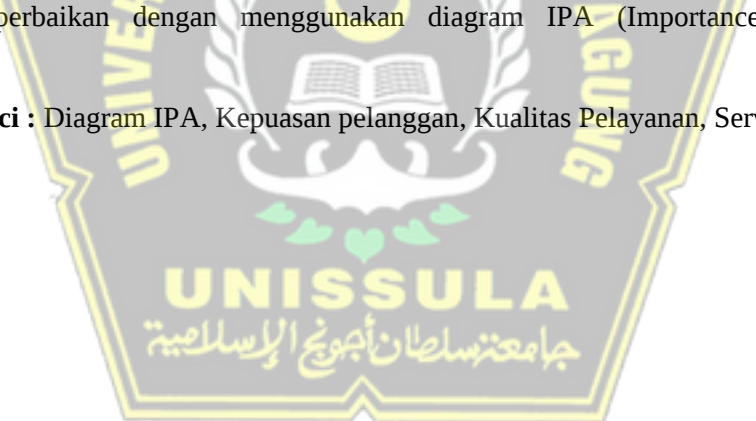
LAMPIRAN A4. DOKUMENTASI



ABSTRAK

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan para pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan mengidentifikasi kepentingan dan kenyataan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan kuesioner kepada 35 responden untuk mengetahui nilai kepentingan dan nilai kenyataan jasa yang diterima pelanggan atau *SERVICE QUALITY*. Berkah Budi Mobil merupakan bengkel yang bergerak di bidang otomotif terutama pada pembaruan cat dan perbaikan body mobil. Berkah Budi Mobil saat ini sedang dihadapkan dengan permasalahan jumlah konsumen yang bersifat fluktuatif. Sehingga perlu dilakukan penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan untuk mengetahui atribut apa saja yang diprioritaskan pelanggan untuk segera dilakukan perbaikan. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan yang diberikan Bengkel Berkah Budi Mobil dengan menggunakan metode *Service Quality (Servqual)*. Pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan terhadap lima dimensi jasa yaitu *Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance dan Empathy*. Dalam penelitian yang menggunakan metode *Service Quality (Servqual)*, terdapat 5 atribut yang menempati variable Bukti Fisik / *Tangible* yang bernilai 0,86. Selanjutnya pada variable Keandalan / *Reliability* terdapat 4 atribut yang bernilai 0,57. pada variable Daya Tanggap / *Responsiveness* terdapat 5 atribut yang bernilai 0,77. pada variable Jaminan / *Assurance* terdapat 5 atribut yang bernilai 0,587. pada variable Empati / *Empathy* terdapat 4 atribut yang bernilai 0,59. Dari gap tersebut dikelompokkan menjadi empat kuadran berdasarkan prioritas perbaikan dengan menggunakan diagram IPA (*Importance performance analysis*).

Kata Kunci : Diagram IPA, Kepuasan pelanggan, Kualitas Pelayanan, Servqual



ABSTRACT

Service quality is the expected level of excellence and the control over that excellence to meet the wishes of customers. This study aims to determine the level of customer satisfaction by identifying customer expectations and reality. Measurement of customer satisfaction was carried out using a questionnaire to 35 respondents to find out the expected value and the actual value of the service received by the customer or SERVICE QUALITY. Berkah Budi Mobil is a workshop engaged in the automotive sector, especially in paint updates and car body repairs. Berkah Budi Mobil is currently facing a fluctuating number of consumers. So it is necessary to do research on service quality on customer satisfaction to find out what attributes the customer prioritizes for immediate improvement. Based on these problems, this study aims to measure the quality of service provided by the Berkah Budi Car Workshop using the Service Quality (Servqual) method. Measurement of customer satisfaction is carried out on five service dimensions, namely Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance and Empathy. In research using the Service Quality (Servqual) method, there are 5 attributes that occupy the Physical Evidence / Tangible variable with a value of 0.86. Furthermore, in the Reliability variable, there are 4 attributes with a value of 0.57. on the Responsiveness variable there are 5 attributes with a value of 0.77. on the guarantee / assurance variable there are 5 attributes with a value of 0.587. in the variable Empathy / Empathy there are 4 attributes worth 0.59. The gaps are grouped into four quadrants based on improvement priorities using IPA (Importance performance analysis) diagrams.

Keywords: Customer Satisfaction, IPA Diagram, Service Quality, Servqual,



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini membawa dampak yang sangat besar untuk perkembangan bisnis di seluruh dunia. Tidak hanya itu, Pasar juga akan terbuka luas dan peluang menjadi lebar. Akan tetapi sebaliknya jika persaingan itu mejadi ketat maka menuntut perusahaan agar menciptakan keunggulan yang berkualitas agar mampu bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan lain. Selain itu, pada perusahaan harus memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas maupun pelayanan terhadap pelanggan secara baik sehingga akan muncul kepuasan dan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Berkah Budi Mobil sebagai salah satu usaha dagang (UD) yang bergerak dalam usaha di bidang jasa, dimana harus memperhatikan mengenai kualitas pelayanannya. UD Berkah Budi Mobil berlokasi di Jalan Woltermonginsidi Kec. Genuk Kel. Bangetayu Wetan. UD Berkah Budi Mobil menyediakan penjualan produk eksterior maupun interior, jasa reparasi, penyediaan dan penggantian spare part mobil. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada salah satu pemilik UD Berkah Budi Mobil berdiri sejak tahun 1996 di Jalan Baru Genuk indah, Pada awalnya Pak Budi selaku pemilik pertama membangun bengkel Budi Berkah Mobil itu sendiri dan hanya melayani las kenteng beserta cat ulang motor ataupun mobil.

Seiring dengan berjalannya waktu bengkel Berkah Budi Mobil mulai ramai dan memiliki banyak pelanggan. Pak Budi yang sudah bertambah usia tidak lagi bisa mengelola bengkel sehingga di lanjutkan oleh adiknya serta ada satu Montir tetap. Saat bengkel ramai ada juga montir serabutan berjumlah dua orang yang membantu pekerjaan di bengkel.

Kemudian setelah pergantian kepemilikan UD Berkah Budi Mobil dihadapkan dengan permasalahan jumlah pelanggan yang semakin menurun. Hal ini disebabkan banyaknya pesaing dalam menjalankan usaha di bidang yang sama. Oleh karena itu UD Berkah Budi Mobil pelanggan setiap bulannya sangatlah sedikit. Hal ini ditunjukkan berdasarkan data pada table 1. Supaya bisa mencapai

peningkatan pada bengkel Berkah Budi Mobil, maka perlu dilakukan penilaian terhadap kualitas pelayanan untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan pelayanan menjadi lebih baik. Pada akhirnya diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi setiap pelanggan agar tetap menggunakan pelayanan di UD Berkah Budi Mobil.

Pihak dari UD Berkah Budi Mobil belum pernah melakukan evaluasi secara berkala mengenai kualitas pelayanan yang telah diberikan perusahaan, Oleh sebab itu dilakukan analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di UD Berkah Budi Mobil untuk mengetahui atribut apa saja yang lebih diprioritaskan oleh pelanggan untuk diperbaiki ke depannya. Berikut ini adalah data pelanggan di UD Berkah Budi Mobil pada tahun 2022 dapat dilihat pada table 1 :

Tabel 1 Data Pelanggan Tahun 2022

Bulan	Jumlah Pelanggan Tahun 2022
Januari	12
Februari	10
Maret	11
April	13
Mei	15
Juni	12
Juli	13
Agustus	9
September	8
Oktober	6
November	6
Desember	5

Berdasarkan data pada Tabel 1 jumlah pelanggan pada bengkel mengalami penurunan yang cukup signifikan. Salah satu faktor yang menyebabkan penurunan jumlah pelanggan yaitu ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Ketidakpuasan ini karena beberapa keluhan yang sudah disampaikan oleh pelanggan ke pemilik. Manajemen perlu meningkatkan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan bengkel dengan melihat persepsi

yang diterima pelanggan dan mengetahui seperti apa kualitas pelayanan yang diinginkan pelanggan. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka dilakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan bengkel serta merancang peningkatan kualitas pelayanan, sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan pelanggan.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada di atas maka yang menjadi pokok permasalahan ini adalah :

1. Apakah tingkat kepentingan (*Importance*) dan kepuasan (*satisfaction*) pelanggan terhadap kinerja (*performance*) pelayanan di Bengkel Berkah Budi Mobil sudah sesuai dengan keinginan pelanggan?
2. Apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Bengkel Berkah Budi Mobil agar memberikan kepuasan bagi pelanggan dalam pelayanan?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan lebih terarah, maka penulis melakukan pembatasan masalah dalam lingkup penelitian. Pembatasan masalah yang dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Obyek penelitian adalah jasa pelayanan Bengkel Berkah Budi Mobil.
2. Subjek penelitian adalah pelanggan Bengkel Budi Berkah Budi Mobil.
3. Analisa yang dilakukan hanya sebatas analisa hasil pengukuran kualitas pelayanan yang telah dilaksanakan, serta usulan perbaikan kualitas pelayanan di Bengkel Berkah Budi Mobil.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tugas akhir ini adalah

1. Untuk mengukur tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan Bengkel Berkah Budi Mobil.

2. Untuk mengetahui apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Bengkel Berkah Budi Mobil

1.5 Manfaat Penelitian

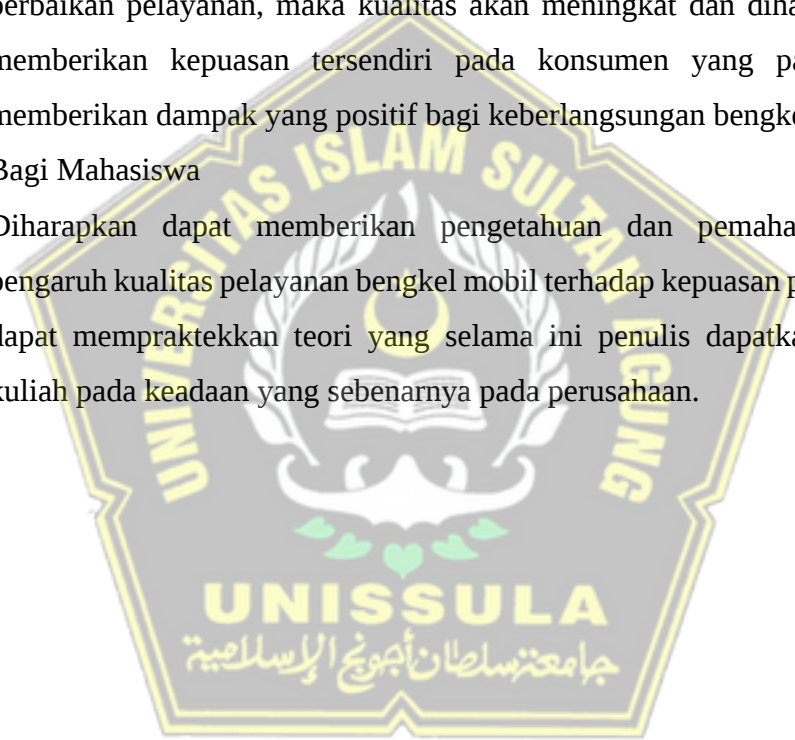
Adapun manfaat penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian di UD. Berkah Budi Mobil, Kecamatan Genuk, Kota Semarang adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bantuan kepada perusahaan berupa usulan-usulan perbaikan pelayanan, dengan adanya perbaikan pelayanan, maka kualitas akan meningkat dan diharapkan dapat memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen yang pada akhirnya memberikan dampak yang positif bagi keberlangsungan bengkel itu sendiri.

2. Bagi Mahasiswa

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



1.6 Sistematika Penulisan

Agar memperjelas penulisan pada penelitian ini, maka dapat diuraikan tentang sistematika penulisan laporan yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan metode-metode yang digunakan sehingga memberikan pemahaman kepada pembaca.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang kerangka pemikiran atau tahapan penelitian secara sistematis untuk memecahkan permasalahan yang ada dalam penelitian.

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang sejarah singkat UD. Berkah Budi Mobil dan analisis atribut pelayanan pelanggan yang digunakan di UD. Berkah Budi Mobil, berisi data-data yang dibutuhkan dalam proses penelitian, dan langkah pengolahan data analisis serta pembahasan hasil penelitian serta rekomendasi alternatif untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada UD. Berkah Budi Mobil.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait dalam penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Berikut tinjauan pustaka yang penulis kutip dari berbagai jurnal dan tugas akhir yang sudah ada sebelumnya diantaranya adalah dibawah ini:

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan Ageng Pratama (2018) yaitu melakukan analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Metode *Service Quality* Pada PT. OSG Indonesia Hasil dari penelitian analisis service quality terdapat 21 atribut kualitas pelayanan yang menjadi harapan dan persepsi pelanggan pada PT. OSG Indonesia, atribut-atribut tersebut dikelompokkan menjadi lima dimensi terdiri dari : tangible terdapat 4 atribut, reliability terdapat 5 atribut, *responsiveness* terdapat 4 atribut, assurance terdapat 4 atribut, dan *emphaty* 4 atribut. Atribut yang sudah diperoleh nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam kuisisioner.(Ageng, 2018)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Alfian Maulana Hasibuan (2019) yaitu Analisis peningkatan bengkel motor dengan pendekatan metode servqual dan IPA. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa berdasarkan perhitungan menggunakan metode servqual didapatkan dimensi bukti fisik (tangible) bernilai gap -0.305, dimensi kehandalan (reliable) bernilai gap -0.224, dimensi daya tanggap (*responsiveness*) bernilai gap -0.233, dimensi jaminan (assurance) bernilai gap -0.511, dan dimensi empati (*empathy*) bernilai gap -0.089. Dari hasil tersebut menunjukkan kelima dimensi seluruhnya bernilai gap negatif maka dapat disimpulkan bahwa para pelanggan belum merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh bengkel Dwijaya Motor.(Willson *et al.*, 2014)

Diardo Patmawan, Nasir Widha Setyanto , Ratih Ardia Sari (2016) melakukan penelitian Analisa jasa pelayanan bengkel dengan mengintergrasikan metode servqual dan qfd (Studi Kasus: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan). Berdasarkan kuesioner pendahuluan yang telah disebar kepada responden AHASS 7130 Cemara Agung Motor terdapat beberapa keluhan kemudian data diolah dan diterjemahkan menjadi 27 menggunakan bahasa yang mudah dipahami responden Dari 27 atribut tersebut dapat dikelompokkan menjadi 5

bagian menurut Service Quality yaitu Tangible, Assurance, Responsiveness, Reliability, Empathy. Lalu atribut disederhanakan lagi menjadi 25 dengan menggunakan bahasa kebutuhan voice of customers.(Alfian i, 2016)

Selanjutnya Naufal Nusaputra, Mochamad Choiri, L. Tri Wijaya Nata Kusuma (2017) yaitu Analisa peningkatan pelayanan bengkel dengan metode servqual, IPA, dan indeks pgcv. Berdasarkan analisa gap Servqual dapat diketahui bahwa seluruh kriteria penilaian memiliki gap negatif, yang berarti pelanggan tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel. 5 kriteria penilaian yang mempunyai nilai gap negatif yang paling tinggi secara berurutan adalah kriteria penilaian nomor 7, 3, 9, 14, dan 23. Dengan pernyataan sebagai berikut : a. Lokasi bengkel yang strategis dan mudah dijangkau (-0.462). b. Lahan parkir yang luas (-0.409). c. Ketepatan service kendaraan sesuai dengan yang telah dijanjikan diawal (0.398). d. Waktu untuk mendapatkan pelayanan dari Service Advisor tidak lama (0.355). e. Follow up mengenai ada tidaknya keluhan setelah melakukan service (0.301).(Naufal, 2017)

Dan Novi yanti (2019) dengan judul Service Quality Dalam Mengukur Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan di Rumah Sakit Umum Ibnu Sina Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar . Melakukan penelitian dengan hasil yang diperoleh berdasarkan metode servqual diperoleh gap : Responsiveness memiliki nilai gap – 0,52, Tangible memiliki nilai gap -0,56, Reliability memiliki nilai sebesar -0,46, Assurance memiliki nilai gap -0,43 dan Emphaty menempati nilai gap tertinggi sebesar -0.43. (Reichenbach *et al.*, 2019)

Selain itu pada penelitian di Universitas Sultan Agung yang dilakukan oleh Giat Darmawan Ahdita (2022) yaitu penerapan metode *servqual*, IPA dan QFD dalam pengembangan kualitas pelayanan program studi Teknik Industri Unissula Semarang. Dari hasil kuesioner yang telah disebar ke mahasiswa FTI keseluruhan attribute memiliki skor *servqual* gap 5 bernilai *negative* (Harto *et al.*, 2015).

Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul Peneliti	Sumber	Permasalahan	Metode	Hasil Penelitian
1	Kurniawan Ageng Pratama (2018)	Analisi Kepuasan Pelanggan Dengan Metode <i>Service Quality</i> Pada PT. OSG Indonesia	Journal of Industrial Engineering & Management Research Vol. 3 No. 4	Permasalahan yang dialami perusahaan adalah dengan banyaknya persaingan bisnis mengharuskan perusahaan harus lebih kompetitif dan menyuguhkan pelayanan jasa dengan kualitas yang terbaik agar tercapai kepuasan pelanggan.	<i>Service Quality</i> (SERVQUAL)	Hasil dari penelitian analisis service quality : tangible terdapat 4 atribut, reliability terdapat 5 atribut, <i>responsiveness</i> terdapat 4 atribut, assurance terdapat 4 atribut, dan empathy 4 atribut. Atribut yang sudah diperoleh nantinya akan digunakan sebagai acuan dalam kuisioner.(Dewi, 2017)
2	Alfian Maulana Hasibuan (2019)	Analisis peningkatan bengkel motor dengan pendekatan metode servqual dan IPA.	Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2019	Permasalahan yang terjadi adalah adanya persaingan yang sangat kompetitif pada penyedia jasa bengkel motor.	<i>Service Quality</i> (Servqual), <i>Importance Performance</i>	Hasil dari metode servqual didapatkan dimensi bukti fisik bernilai gap -0.305, dimensi kehandalan bernilai gap -0.224, dimensi daya tanggap bernilai gap -0.233, dimensi jaminan) bernilai gap -0.511, dan dimensi empati (empathy) bernilai gap -0.089..(Willson <i>et al.</i> , 2014)

					<i>Analisis</i> (IPA),	
3	Naufal Nusaputra, Mochamad Choiri, L. Tri Wijaya Nata Kusuma	Analisa peningkatan pelayanan bengkel dengan metode servqual, IPA, dan indeks pgcv.	Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri Vol. 2 No. 6 Teknik Industri Universitas Brawijaya	Berdasarkan hasil dari kuesioner terbuka terhadap 30 pelanggan bengkel, terdapat 22 responden yang masih menganggap bahwa pelayanan yang diberikan pihak bengkel masih terdapat kekurangan dan harus ditingkatkan.	<i>Service Quality</i> (Servqual), IPA, dan INDEKS PGCv.	Berdasarkan analisa gap Servqual dapat diketahui bahwa seluruh kriteria penilaian memiliki gap negatif, yang berarti pelanggan tidak puas atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel. 5 kriteria penilaian yang mempunyai nilai gap negatif yang paling tinggi secara berurutan adalah kriteria penilaian nomor 7, 3, 9, 14, dan 23.(Agustini and Hartini, 2013)
4	Diardo Patmawan, Nasir Widha Setyanto , Ratih Ardia Sari	Analisa jasa pelayanan bengkel dengan mengintergrasikan metode servqual dan qfd (Studi Kasus: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan).	JURNAL REKAYASA DAN MANAJEMEN SISTEM INDUSTRI VOL. 3 NO. 1 TEKNIK INDUSTRI UNIVERSITAS BRAWIJAYA	Dalam beberapa bulan terakhir, volume servis AHASS 7130 Cemara Agung Motor mengalami penurunan. Selain itu berdasarkan kuesioner yang diambil selama tujuh hari (40 kuesioner terbuka) didapatkan adanya komplain tentang antrian servis yang lama dan kurang jelas menjadi keluhan paling banyak dengan 19 keluhan, kemudian kenyamanan ruang tunggu menjadi keluhan kedua terbanyak dengan 18	Metode <i>Service Quality</i> (Servqual) dan <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	Berdasarkan kuesioner responden terdapat beberapa keluhan kemudian data diolah dan diterjemahkan menjadi 27 menggunakan bahasa yang mudah dipahami responden Dari 27 atribut tersebut dapat dikelompokkan menjadi 5 bagian menurut Service Quality yaitu Tangible, Assurance,

				keluhan.		Responsiveness, Reliability, Empathy.(Alfian i, 2016)
5	Novi Yanti	Service Quality Dalam Mengukur Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Pelayanan di Rumah Sakit Umum Ibnu Sina Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar	EkonomidanBisnis Islam/Ilmu Ekonomi 2019	“Service Quality dalam Mengukur Kepuasan Pasien terhadap Kualitas Pelayanan Di Rumah Sakit Umum Ibnu Sina Kecamatan Indrapuri Kabupaten Aceh Besar” dengan tujuan untuk melihat gambaran kepuasan pasien terhadap pelayanan kesehatan, sehingga dapat diketahui unsur yang dipertahankan dan diperbaiki oleh Rumah Sakit Umum Ibnu Sina dan dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanannya.	Metode <i>Service Quality</i> (Servqual)	Hasil yang diperoleh berdasarkan metode sevqual diperoleh nilai GAP: 1. Responsiveness memiliki nilai gap sebesar -0,52 2. Tangible memiliki nilai gap sebesar -0,56 3. Reliability memiliki nilai sebesar -0,46 4. Assurance memiliki nilai gap sebesar -0,43 Emphaty menempati nilai gap tertinggi sebesar -0,66. (Reichenbach <i>et al.</i> , 2019)
6	Adam Kukuh Baskoro	Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Mengintegrasikan Metode <i>Service Quality</i> (Servqual)	Jurnal Teknik Industri (JURTI) Vol. 1, No. 1, Bulan Juni tahun 2022, pp. 14 - 23 ISSN: 2089-7561	Menurunnya jumlah konsumen menjadi salah satu permasalahan yang harus diperhatikan oleh manajemen dealer Honda Motor. Manajemen perlu meningkatkan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dealer dengan melihat persepsi yang diterima pelanggan dan mengetahui	(Servqual) dan <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	Hasil dari Analisa yang dilakukan : 1. dari total 37 variabel kualitas pelayanan yang diteliti terdapat delapan variabel yang masih harus diperbaiki. 2. Perhitungan servqual menunjukkan bahwa terdapat

		Dan <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)		seperti apa kualitas pelayanan yang diinginkan pelanggan.		delapan variabel yang memiliki skor servqual negative dan 29 positive. (Baskoro, Marlyana and Bernadhi, 2022))
7	Giat Darmawan Ahdita	Penerapan Metode <i>Service Quality, Importance Performance Analysis</i> dan <i>Quality Function Deployment</i> dalam Pengembangan Kualitas Pelayanan Program Studi Teknik Industri Unissula Semarang.	Teknik Industri Universitas Islam Sultan Agung Semarang 2022	Dari survey yang dilakukan masih terdapat mahasiswa yang merasakan kurang puasnya terhadap apa yang diberikan oleh pihak manajemen.	<i>Service Quality, Importance Performance Analysis</i> dan <i>Quality Function Deployment</i>	Hasil dari Penelitian yang dilakukan : 1. Dari hasil Quesioner mahasiswa belum merasa puas terhadap pelayanan FTI. Keseluruhan attribute memiliki skor <i>servqual</i> gap 5 bernilai negative. (Oleh, 2022)
8	Yuan Valentino Elim, Rosita Meitha S,	Analjsis dan Perbaikan Kualitas Layanan pada Tx Sudirman Kupang Nusa Tenggara	Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Universitas Surabaya Vol.1 No.1 (2012)	Permasalahan yang di hadapi oleh TX SUDIRMAN Kupang adalah meningkatnya keluhan customer untuk beberapa bulan terakhir ini terhadap pelayanan TX SUDIRMAN Kupang yang berakibat pada	Metode Zona Toleransi dan <i>Quality Function Deployment</i>	Hasil perhitungan nilai Zona Toleransi pada layanan umum dan paket tour terdapat 8 variabel yang memiliki MSA negatif sehingga perlu untuk mendapat perbaikan,

	M. Arbi Hadiyat	Timur Dengan Menggunakan Metode Zona Toleransi dan Quality Function Deployment (QFD)		penurunan jumlah customer akibat kualitas layanan yang kurang memuaskan dan juga belum pernahnya dilakukan pengukuran kualitas layanan dan pengukuran tingkat kepuasan customer sebagai langkah untuk mengetahui tingkat kepuasan customer terhadap layanan yang diberikan oleh TX SUDIRMAN.	(QFD)	variabel tersebut adalah : • Ruang tunggu nyaman (-0,24), Fasilitas toilet memadai (-0,2), • Pembayaran dapat dengan debit ATM atau kartu kredit (-0,66), • Tempat parkir luas dan memadai (-0,23), Tangapan terhadap komplain baik (-0,34), • Tour leader berpengalaman (-0,28), • Jadwal tour tepat waktu (-0,02), • dan pemberian diskon harga paket tour (-0,32).
9	Risep Khairul Umam dan Niluh Putu Hariastuti	Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan VI 2018 Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.	Permasalahan yang dialami perusahaan adalah perusahaan ingin mengetahui karakteristik konsumen untuk menentukan strategi yang terbaik dalam memberikan pelayanan.	.Metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA)</i>	Adapun hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut berupa adanya atribut yang dianggap penting dan perlu diprioritaskan untuk kepuasan konsumen yaitu pada variasi pilihan jasa yang beragam, masa tunggu hasil cetak foto yang tidak terlalu lama, dan kemampuan karyawan.

10	Ronal Sukwandi dan Jufina	Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan TransJakarta dengan Menggunakan Metode IPA-PGCV	Jurnal Rekayasa Sistem Industri Vol.5, No.2, 2015	Permasalahan yang terjadi adalah masyarakat yang semakin kritis dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan transportasi menjadikan perusahaan harus menganalisis kepentingan atau harapan masyarakat.	Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan <i>Potential Gain in Customer Value</i> (PGCV)	Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut adalah dapat diketahuinya urutan prioritas perbaikan dalam pelayanan tersebut berupa kemudahan penumpang dalam memberikan saran, waktu untuk mengantri tiket, kemudahan penumpang dalam menyampaikan pengaduan, ketersediaan fasilitas bagi penumpang yang disabilitas, penampilan pegawai, biaya TransJakarta, kemudahan penumpang dalam menjangkau halte dan jumlah armada bus TransJakarta.
----	---------------------------	--	---	---	--	--

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kualitas

Dalam referensi Kata Besar Bahasa Indonesia, kualitas dicirikan sebagai derajat mujur atau celaknya sesuatu. Kualitas juga dapat dicirikan sebagai derajat atau tingkatan, jadi kualitas adalah keseluruhan proporsi kebaikan. Sesuai (Baskoro, Marlyana dan Bernadhi, 2022) perspektif konvensional tentang kualitas menyatakan bahwa barang ditentukan oleh sifat aktualnya seperti kekuatan, ketergantungan, dan lainnya. Bagaimanapun, semakin banyak organisasi yang mulai mempertimbangkan kembali gagasan tentang nilai. Sesuai dengan Yamit yang mengatakan bahwa kualitas adalah kondisi kuat yang berhubungan dengan barang, asumsi, individu, proses dan iklim yang memenuhi atau melampaui asumsi.

Definisi Arti tradisional dari nilai sebagai aturan menggambarkan kualitas langsung dari barang seperti yang diungkapkan (Satoto, 2019) mudah dalam penggunaan (ease of use), estetika (esthetics), kinerja (performance), keandalan (reliability), dan 8 sebagainya. Definisi esensial mengungkapkan bahwa kualitas adalah semua yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pelanggan. Dalam ISO 8402 (jargon kualitas) yang diacu (Satoto, 2019), kualitas dicirikan sebagai atribut umum dari suatu barang atau administrasi yang dapat memenuhi kebutuhan, baik yang dinyatakan secara eksplisit maupun yang dapat diverifikasi. Istilah kebutuhan dicirikan sebagai rincian yang terkandung dalam perjanjian serta aturan yang harus dicirikan sebelumnya.

Davis mengakui lima langkah menuju sudut pandang kualitas yang dapat dilakukan oleh para profesional bisnis seperti yang dirujuk oleh Hasibuan, (2019), yaitu:

1. Transcendental Approach Kualitas dalam pendekatan ini adalah sesuatu yang dapat dirasakan, namun sulit untuk dicirikan dan dioperasionalkan atau diukur.
2. Product-based Approach Kualitas dalam pendekatan ini adalah merek dagang atau kredit yang dapat diperkirakan. Kontras dalam kualitas mencerminkan sifat item yang berbeda secara merata, namun pendekatan ini tidak dapat memahami perbedaan dalam preferensi dan kecenderungan individu.

3. User-based Approach Kualitas dalam pendekatan ini bergantung pada kemungkinan bahwa kualitas bergantung pada individu yang melihatnya, dan produk yang paling memenuhi kecenderungan seseorang atau sesuai dengan selera seseorang (kualifikasi untuk digunakan) adalah hasil dari kualitas terbaik.
4. Manufacturing-based Approach Kualitas dalam pendekatan ini adalah supply-based atau menurut perspektif pembuat yang mencirikan kualitas sebagai kesesuaian dengan prasyarat (conformance quality) dan teknik. Pendekatan ini berpusat pada kesesuaian dengan penentuan yang ditetapkan oleh organisasi di dalamnya. Dengan cara ini, yang menentukan kualitas adalah norma yang ditetapkan oleh organisasi, dan bukan pelanggan yang menggunakannya.
5. Value-based Approach Kualitas dalam pendekatan ini melihat kualitas dalam kaitannya dengan nilai dan biaya. Kualitas dicirikan sebagai "keunggulan yang masuk akal". Oleh karena itu kualitas dalam pandangan ini bersifat relatif, sehingga barang yang memiliki kualitas terbaik bukanlah barang yang paling utama. Item yang paling signifikan adalah item yang paling tepat untuk dibeli.

2.2.2 Konsep Pelayanan Jasa

Menurut Reichenbach *et al.*, (2019) "jasa merupakan setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik". Lima kategori bauran jasa meliputi:

1. Barang berwujud murni;
2. Barang berwujud yang disertai jasa/layanan;
3. Campuran;
4. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan;
5. Jasa murni.

Selanjutnya Zeithaml dan Berry seperti dikutip. Rahmadi Islam, (2018) menyatakan bahwa "jasa adalah mencakup semua aktivitas ekonomi yang outputnya bukan produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan

produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, liburan, kecepatan dan kesehatan) yang secara prinsip intangible bagi para pembeli pertamanya”.

Oleh, (2022) menyatakan bahwa “jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri yang di hakekatnya bersifat tidak teraba (intangible) berarti pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain”. (Baskoro, Marlyana and Bernadhi, 2022) menyatakan bahwa “jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi” Jasa memiliki empat karakteristik utama menurut Oleh, (2022), yaitu intangible; inseparability; variability, dan perishability. V.A.R.Barao *et al.*, (2022) menyatakan bahwa pelayanan jasa merupakan hubungan antara faktor-faktor dari proses penciptaan jasa untuk konsumen.

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

Menurut Wicaksana and Rachman, (2018) “kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja suatu jasa yang dengan harapan dari jasa”. Konsumen puas jika kinerja lebih besar dibanding harapan dan tidak puas jika sebaliknya. (Wicaksana and Rachman, 2018) kepuasan diperoleh 13 konsumen setelah membandingkan apa yang dia inginkan dengan yang ia harapkan, penilaian ini menyangkut penilaian secara emosional oleh konsumen (Wicaksana and Rachman, 2018).

Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. (Wicaksana and Rachman, 2018) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah reaksi konsumen terhadap diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja sebenarnya yang dirasakan. Apabila disimpulkan kepuasan konsumen menurut Patmawan, Setyanto and Sari, (2015) yaitu selisih antara yang diharapkan konsumen dengan realisasi yang disuguhkan oleh perusahaan (persepsi) apabila:

1. Nilai kepentingan = nilai persepsi berarti konsumen puas.
2. Nilai kepentingan < nilai persepsi berarti konsumen sangat puas.

Menurut (Patmawan, Setyanto and Sari, 2015) ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu sebagai berikut, (1) product quality (kualitas produk) yang baik,; (2) service Quality (kualitas pelayanan) yang baik, emotional, price (harga) yang sesuai, dan cost (biaya) yang sesuai. (Patmawan, Setyanto and Sari, 2015) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen: sistem keluhan dan saran, ghost shopping, lost customer analysis, dan survei kepuasan konsumen.

- Sistem keluhan dan saran Perusahaan harus memenuhi customer-oriented dengan cara memberikan akses dan kemudahan bagi konsumen untuk menyampaikan saran, kritik, maupun keluhan.
- Ghost shopping (Mystery shopping) Ghost shopper digunakan melihat bayangan reaksi konsumen terhadap produk/jasa yang akan ditawarkan.
- Lost customer analysis Melakukan analisis dan evaluasi terhadap penurunan jumlah konsumen, evaluasi ini dilakukan agar kinerja produk/jasa lebih baik ke depannya.
- Survei kepuasan konsumen Melakukan survei terhadap konsumen terhadap kepuasan yang diterima melalui berbagai media sosial.

2.2.4 Pengertian Kualitas Pelayanan

Setiap kegiatan dan manfaat oleh satu pihak yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak selalu menghasilkan kepemilikan yang diberikan kepada pihak lain disebut dengan layanan (Satoto, 2019). Kualitas layanan adalah tingkat eminensi dan kontrol yang diharapkan atas tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan pelanggan (Satoto, 2019). Kualitas layanan ditentukan oleh perbandingan minat dan kepuasan antara yang diinginkan dan diterima oleh konsumen. Berdasarkan pemahaman di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat keunggulan yang dirasakan seseorang terhadap layanan yang diinginkan dari perbandingan antara keinginan dan kepuasan yang dirasakan konsumen setelah membeli layanan disebut dengan kualitas layanan.

2.2.5 Kualitas Layanan *Servqual*

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Suryono, 2020). Sedangkan menurut (Wijaya, 2017), kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut (Wahju Wibowo and Imam Nuryanto, 2022) tanggapan pelanggan terhadap pemeriksaan ketidaksesuaian / diskonfirmasi antara harapan sebelumnya dan kinerja sebenarnya dari produk yang dirasakan setelah penggunaan inilah yang disebut sebagai kepuasan pelanggan.

Puas tidaknya pembeli diketahui setelah melakukan pembelian, tergantung pada kinerja tawaran dalam pemenuhan harapan pembeli. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Pundenswari, 2017).

Walaupun perusahaan yang berpusat pada pelanggan berupaya untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi dengan menurunkan harganya atau meningkatkan jasanya, kemungkinan hasilnya adalah laba yang lebih rendah. Perusahaan mungkin mampu meningkatkan profitabilitasnya dengan sarana lain daripada meningkatkan kepuasan. Perusahaan memiliki banyak pihak berkepentingan, termasuk montir, penyalur, pemasok, dan pemegang saham. Perusahaan mengeluarkan lebih banyak biaya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Pundenswari, 2017)).

Banyak bisnis melacak tingkat kepuasan pelanggan dan variabel yang mempengaruhinya. Karena kebahagiaan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan konsumen, sebuah perusahaan dikatakan cerdas jika secara rutin memantau kepuasan pelanggan. Pelanggan yang benar-benar senang dengan produk bisnis cenderung lebih loyal, membelanjakan lebih banyak ketika perusahaan memperluas produksi barang saat ini dan memperkenalkan barang baru, berbicara secara positif tentang perusahaan dan produknya, kurang memperhatikan

merek pesaing, dan harga lebih murah. peka. Berikan bisnis saran untuk produk atau layanan. Karena transaksi normal, melayani pelanggan saat ini lebih murah daripada melayani pelanggan baru..

Loyalitas dan kepuasan pelanggan berkorelasi secara tidak proporsional. Jika kepuasan pelanggan diukur pada skala satu sampai lima, skor yang sangat rendah (tingkat satu) menunjukkan bahwa konsumen cenderung menghindari bisnis dan menyebarkan desas-desus negatif tentangnya. Pelanggan sebagian besar senang di level dua hingga empat, tetapi mereka masih merasa mudah untuk pindah saat kesepakatan yang lebih baik muncul. Pelanggan lebih cenderung melakukan pembelian lebih lanjut dan bahkan merekomendasikan bisnis saat mereka mencapai level lima. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan tersebut, tidak sekedar kelebihan rasional (Devina and Arintonang, 2013).

Kebahagiaan pelanggan diukur dengan menggunakan berbagai teknik. Survei berkala dapat memantau kepuasan konsumen secara real time. Untuk mengukur niat pembelian kembali dan kemungkinan atau aktivitas mempromosikan bisnis dan merek kepada orang lain, responden juga dapat diberikan pertanyaan tambahan. Untuk mengetahui mengapa hal ini terjadi, bisnis dapat melacak tingkat kehilangan pelanggan mereka dan menghubungi konsumen yang telah berhenti membeli atau telah beralih ke pemasok lain. (Hidayat, Industri and Madura, 2009).

Persepsi konsumen mengenai mutu suatu jasa dan kepuasan menyeluruh, mereka memiliki beberapa indikator/petunjuk yang bisa dilihat. 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 objek berupa barang yang bisa diraba (*tangible*).

2.2.6 Model Service Quality (*servqual*)

Menurut (Pundenswari, 2017) dalam Tjiptono (2014:271) model *servqual* berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan yang sebagian besar didasarkan pada pendekatan diskonfirmasi.

Dalam pendekatan ini ditegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut meningkat lebih besar dari pada harapan atas atribut yang bersangkutan. Maka kepuasan dan kualitas jasa pun akan meningkat, begitupun sebaliknya. Dalam model *servqual*, kualitas jasa merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa. Definisi ini didasarkan pada tiga landasan konseptual utama, yaitu:

1. Kualitas jasa lebih sukar dievaluasi konsumen dibandingkan kualitas barang.
2. Persepsi terhadap kualitas jasa adalah hasil perbandingan antara harapan dengan kinerja aktual jasa.
3. Evaluasi kualitas tidak hanya dilakukan atas hasil jasa, namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian jasa.

2.2.7 Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memiliki beberapa dimensi atau unsur kualitas pelayanan. Unsur kualitas pelayanan merupakan sebuah temuan dari A. Pasuraman. Dimensi kualitas pelayanan (*servqual*) ini dibuat untuk mengukur kualitas

pelayanan dengan menggunakan suatu kuisioner. Berikut ini adalah 5 dimensi kualitas pelayanan menurut Kotler dan Amstrong yang dikutip oleh (Syarif, 2019):

1. *Reliability*

Reliability adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan secara akurat serta terpercaya. Dimana kinerjanya harus sesuai dengan harapan pelanggan terkait ketepatan waktu, pelayanan sama untuk seluruh pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik serta dengan ketelitian yang tinggi.

2. *Assurance*

Assurance adalah pengetahuan, kesopanan, serta kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan kepercayaan kepada pelanggan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, serta kesopanan.

3. *Tangible*

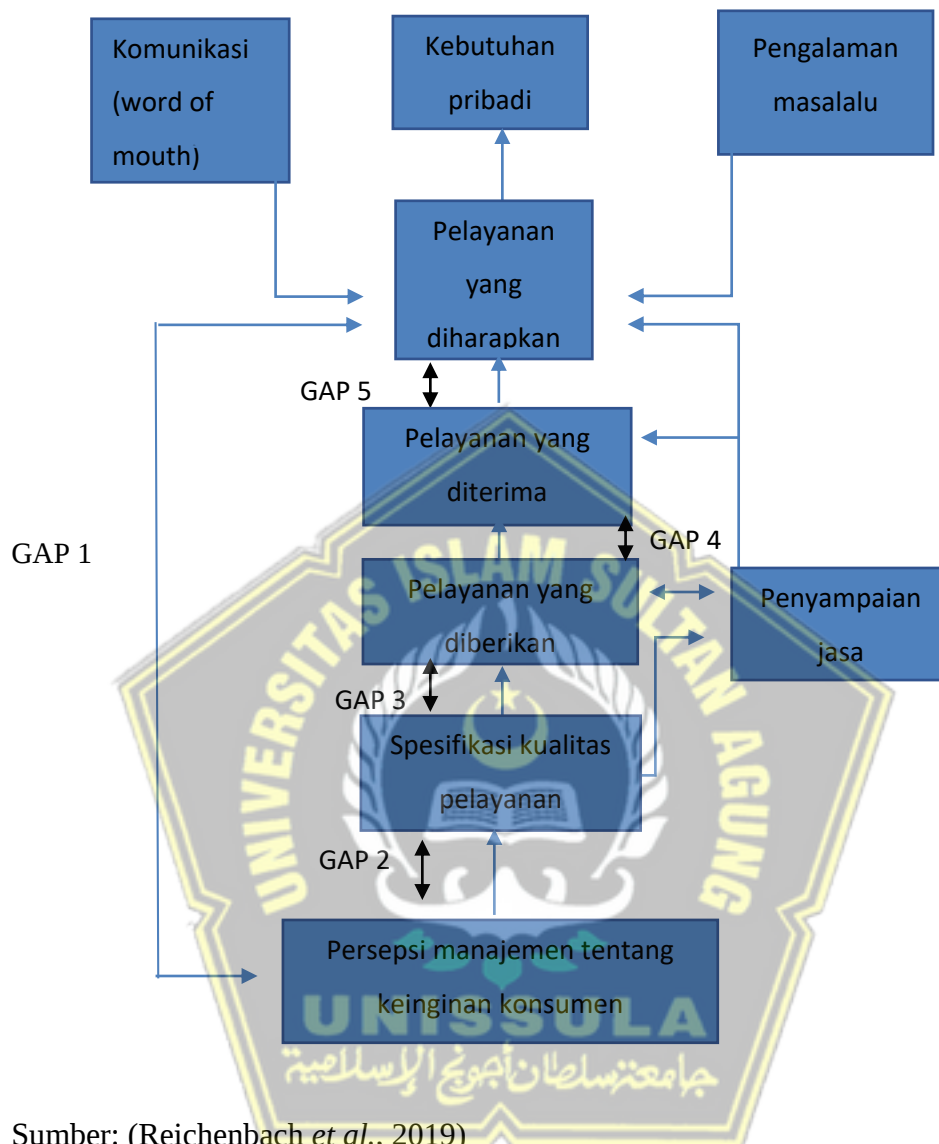
Tangible adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menampilkan eksistensinya kepada pihak luar.

4. *Empathy*

Empathy adalah memberikan pelayanan yang tulus dan bersifat personal kepada pelanggan, hal ini dilakukan untuk memahami keinginan pelanggan.

5. *Responsiveness*

Responsiveness adalah kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas dapat menimbulkan anggapan negative terhadap mutu layanan.



Sumber: (Reichenbach *et al.*, 2019)

Gambar 3.1 Model konseptual *servqual*

Dari gambar di atas diketahui bahwa model *servqual* meliputi analisis terhadap 5 gap yang berpengaruh terhadap kualitas jasa. Gap pertama adalah kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan. Pihak perusahaan tidak selalu dapat memahami harapan pelanggan secara akurat.

Gap kedua berupa perbedaan antara persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas jasa, dalam situasi-situasi tertentu, manajemen mungkin mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan, namun

mereka tidak menyusun standar yang jelas. Ini bisa disebabkan karena tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya dan adanya kelebihan permintaan.

Gap ketiga berupa perbedaan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa, gap ini bisa disebabkan beberapa faktor, diantaranya montir kurang terlatih (belum menguasai tugasnya), beban kerja terlampau berlebihan, standar kinerja tidak dapat dipenuhi oleh montir, atau bahkan montir tidak bersedia memenuhi standar kinerja yang ditetapkan. Selain itu, mungkin pula montir dihadapkan pada standar-standar yang kadangkala saling bertentangan satu sama lain, misalnya para pekerja diwajibkan meluangkan waktunya untuk mendengarkan keluhan atau masalah pelanggan, tetapi di sisi lain mereka juga diharuskan melayani para pelanggan dengan cepat.

Gap keempat berupa perbedaan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Seringkali harapan pelanggan dipengaruhi iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat perusahaan. Risikonya, harapan pelanggan bisa membumbung tinggi dan sulit dipenuhi, terutama jika perusahaan memberikan janji yang muluk-muluk.

Sedangkan gap kelima adalah kesenjangan antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan. Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan ukuran yang berbeda, atau bisa juga mereka keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

Model Servqual dibangun berdasarkan asumsi bahwa pelanggan membandingkan kinerja atribut jasa dengan standar ideal atau sempurna untuk masing-masing atribut tersebut. Bila atribut melampaui standar, maka persepsi atas kualitas jasa keseluruhan akan meningkat dan sebaliknya. Model ini menganalisis gap antara harapan yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan atau dirasakan Reichenbach *et al.*, (2019)

2.2.8 Jasa yang Diharapkan dan Dipersepsikan

Model Servqual menekankan arti penting harapan pelanggan sebelum membeli atau mengkonsumsi suatu jasa sebagai standar atau acuan dalam mengevaluasi kinerja jasa yang bersangkutan. Penelitian Reichenbach *et al.*, (2019)

menunjukkan bahwa terdapat sepuluh faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu:

1. Enduring service intensifiers, yaitu harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai suatu jasa.
2. Kebutuhan pribadi, seperti kebutuhan fisik, sosial dan psikologis
3. Persepsi pelanggan terhadap tingkat layanan perusahaan lain
4. Layanan yang dirasakan sendiri, persepsi pelanggan terhadap tingkat keterlibatannya dalam proses penyampaian jasa.
5. Faktor situasional yang berada di luar kendali penyedia jasa.
6. Janji layanan eksplisit, baik berupa iklan, perjanjian, maupun komunikasi dengan montir penyedia jasa.
7. Janji layanan implisi, yang tercermin dari harga dan sarana pendukung jasa.
8. Mulut ke mulut, baik dari teman, keluarga, rekan kerja pakar maupun publikasi massa.
9. Pengalaman masa lalu.

Menurut Kotler kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Sayangnya, jasa memiliki karakteristik variabilitas, sehingga kinerja tidak konsisten. Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat intrinsik (output dan 37 penyampaian jasa) dan isyarat ekstrinsik (unsur-unsur pelengkap jasa) sebagai acuan atau pedoman dalam mengevaluasi kualitas jasa, konsekuensinya, jasa yang sama bisa dinilai secara berlainan oleh pelanggan yang berbeda (Nuha, Handayani and Afifah, 2017).

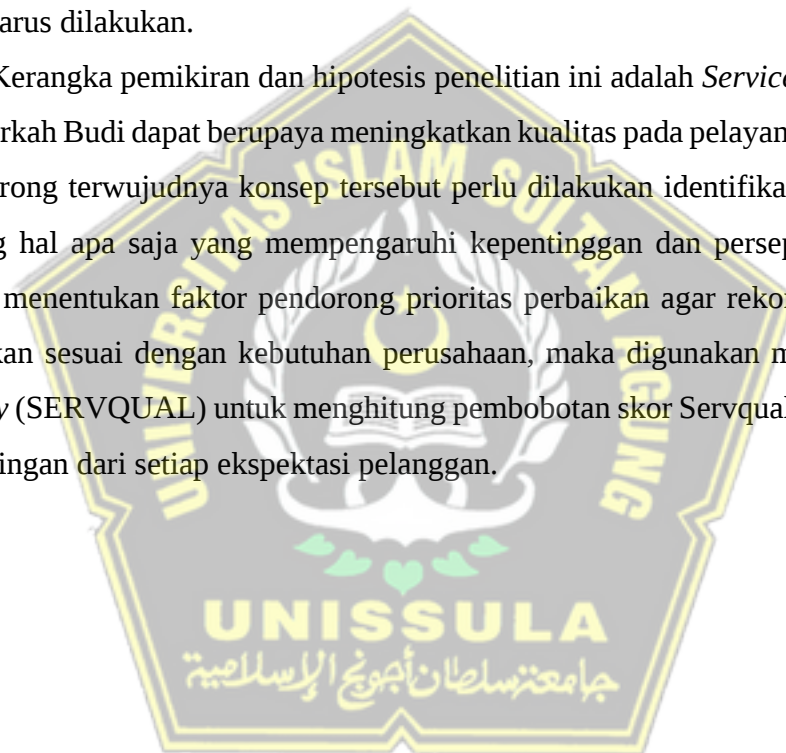
2.3 Hipotesa dan Kerangka Teoritis

Berikut ini merupakan Hipotesa dan Kerangka Teoritis dari penelitian :

2.3.1 Hipotesa

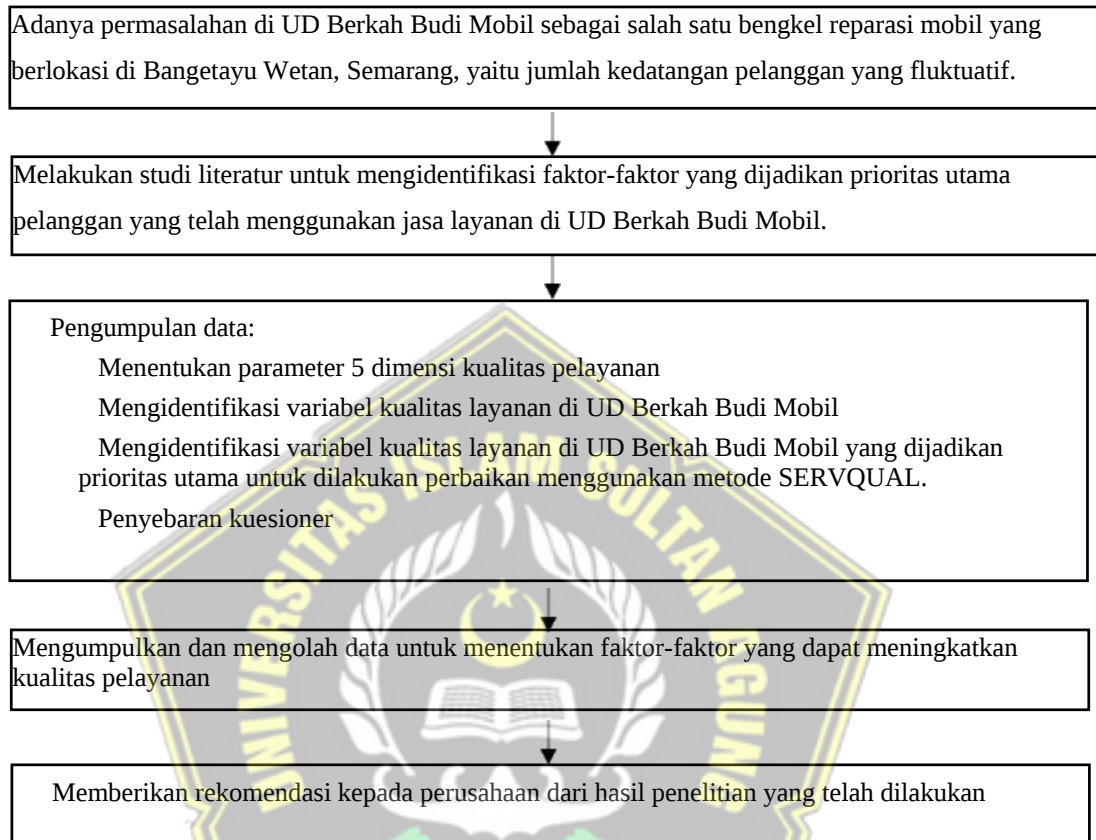
Berdasarkan studi literatur terhadap penelitian sebelumnya dan landasan teori yang telah dirangkum, maka konsep yang terpilih di bawah ini terbukti dapat menyelesaikan masalah serupa yang terjadi di UD Berkah Budi Mobil. Hal ini dibuktikan oleh banyaknya penelitian yang menggunakan Metode Servqual mengidentifikasi kualitas pelayanan dan memberikan solusi mengenai perbaikan yang harus dilakukan.

Kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian ini adalah *Service Quality*, agar UD Berkah Budi dapat berupaya meningkatkan kualitas pada pelayanan. Lalu untuk mendorong terwujudnya konsep tersebut perlu dilakukan identifikasi dan analisis tentang hal apa saja yang mempengaruhi kepentingan dan persepsi pelanggan. Untuk menentukan faktor pendorong prioritas perbaikan agar rekomendasi dapat diberikan sesuai dengan kebutuhan perusahaan, maka digunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL) untuk menghitung pembobotan skor Servqual dan tingkatan kepentingan dari setiap ekspektasi pelanggan.



2.3.1 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Teoritis

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pengumpulan Data

Data yang diambil pada penelitian ini berupa data primer yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kepada para pelanggan. Adapun beberapa pernyataan yang disajikan dan diisikan melalui kuesioner yang telah dipersiapkan.

3.1.1 Pengambilan Data

Penelitian ini dilakukan pada bengkel yang bergerak di bidang jasa reparasi, yaitu di Jl. Woltermonginsidi, Bangetayu Wetan, Genuk, Kota Semarang. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah pelanggan yang menggunakan jasa di Bengkel Berkah Budi Mobil.

3.1.2 Penyusunan Kuesioner

Seluruh atribut yang akan diukur dalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil rekap kuesioner terbuka yang telah diisi oleh para pelanggan dan diskusi dengan beberapa pihak internal di Bengkel terkait dengan kepentingan dalam memberikan kepuasan pelanggan. Berdasarkan dari hasil diskusi yang telah dilakukan, akan didapatkan atribut pengukuran dimana atribut tersebut akan diterjemahkan dalam bentuk kuesioner.

3.1.3 Populasi dan Sample

Menurut Supranto yang dikutip oleh (Saputra, 2019), populasi merupakan keseluruhan elemen yang memiliki karakteristik serupa yang dijadikan pusat perhatian oleh peneliti. Sampel merupakan bagian dari populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa Bengkel. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah jumlah pelanggan yang menggunakan pelayanan Bengkel pada tahun 2022.

3.1.4 Teknik Sampling

Penelitian ini menggunakan teknik sampling yang bersifat *non probability sampling* dimana setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel. Teknik sampel yang dipakai adalah *purposive sampling* dengan mengacu pada beberapa kriteria sebagai berikut :

- a. Pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan di Bengkel.
- b. Pelanggan minimal berusia 17 tahun.
- c. Pelanggan bisa membaca dan menulis.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mempermudah dalam melakukan penelitian, maka diperlukan tahapan pemecahan yang baik. Berikut ini adalah data yang diperlukan :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari konsumen dapat berupa jawaban dari pernyataan dalam kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen. Dalam kuisisioner, atribut yang akan ditanyakan kepada konsumen harus terbukti valid dan reliabel. Selain itu jumlah data yang dikumpulkan harus memenuhi dari segi kuantitas atau jumlah.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dengan mempelajari literatur yang berhubungan dengan perusahaan dengan penelitian dengan dokumen – dokumen perusahaan. Data – data ini biasanya berisi tentang petunjuk dalam pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang dapat membantu dalam penyusunan laporan.

3.2.1 Kuesioner

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Penyebaran kuesioner terbuka dapat membantu peneliti untuk mempermudah dalam menyusun kuesioner tertutup serta dapat memperkuat latar belakang masalah. Setelah mengetahui hasil kuesioner terbuka, dilanjutkan penyusunan kuesioner tertutup dengan melakukan proses identifikasi atribut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Kuesioner yang akan disebar nanti berisi pernyataan mengenai pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Bengkel. Mekanisme pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model skala likert yang tertera dalam tabel 3.1 Skala penilaian yaitu sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Skala Penelitian Kuesioner

Skala	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
1	Tidak Penting	Tidak Puas
2	Kurang Penting	Kurang Puas
3	Cukup Penting	Cukup Puas
4	Penting	Puas
5	Sangat Penting	Sangat Puas

3.3 Pengujian Hipotesa

Berdasarkan permasalahan yang ada pada UD Berkah Budi Mobil, langkah dari pengujian hipotesa yaitu dengan mengidentifikasi atribut pelayanan pelanggan berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan pelanggan. Langkah selanjutnya yaitu melakukan penentuan nilai gap menggunakan metode *servqual*.. Dari metode tersebut akan menghasilkan *output* berupa nilai *servqual* terbobot yang digunakan untuk memberikan masukan kepada UD Berkah Budi Mobil untuk memberikan saran kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang memiliki rank paling rendahlah yang perlu diperbaiki.

3.4 Metode Analisis

Dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan data responden yang telah mengisi kuesioner. Data responden yang telah diperoleh dilakukan pengujian terlebih dahulu untuk mengetahui apakah atribut pernyataan yang ada pada kuesioner tersebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan karena jawaban yang diharapkan pada kuesioner bersifat kuantitatif. Dalam penelitian ini, perhitungan validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 23.0 *for windows*.

3.5 Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini dibuat secara efektif dan efisien berdasarkan pada perumusan masalah. Berdasarkan kerangka tulisan itulah data kemudian dikumpulkan, disarikan, disusun, diolah lalu ditafsirkan. Hasil tafsiran kemudian dianalisis dan disintesis yang kemudian diperoleh sebuah kesimpulan. Hasil yang

sudah dianalisis dan disintesis ini berupa gagasan baru untuk memecahkan sebuah masalah yang ditemukan pada literature. Pembahasan dalam penelitian ini meliputi analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode *Service Quality (Servqual)*.

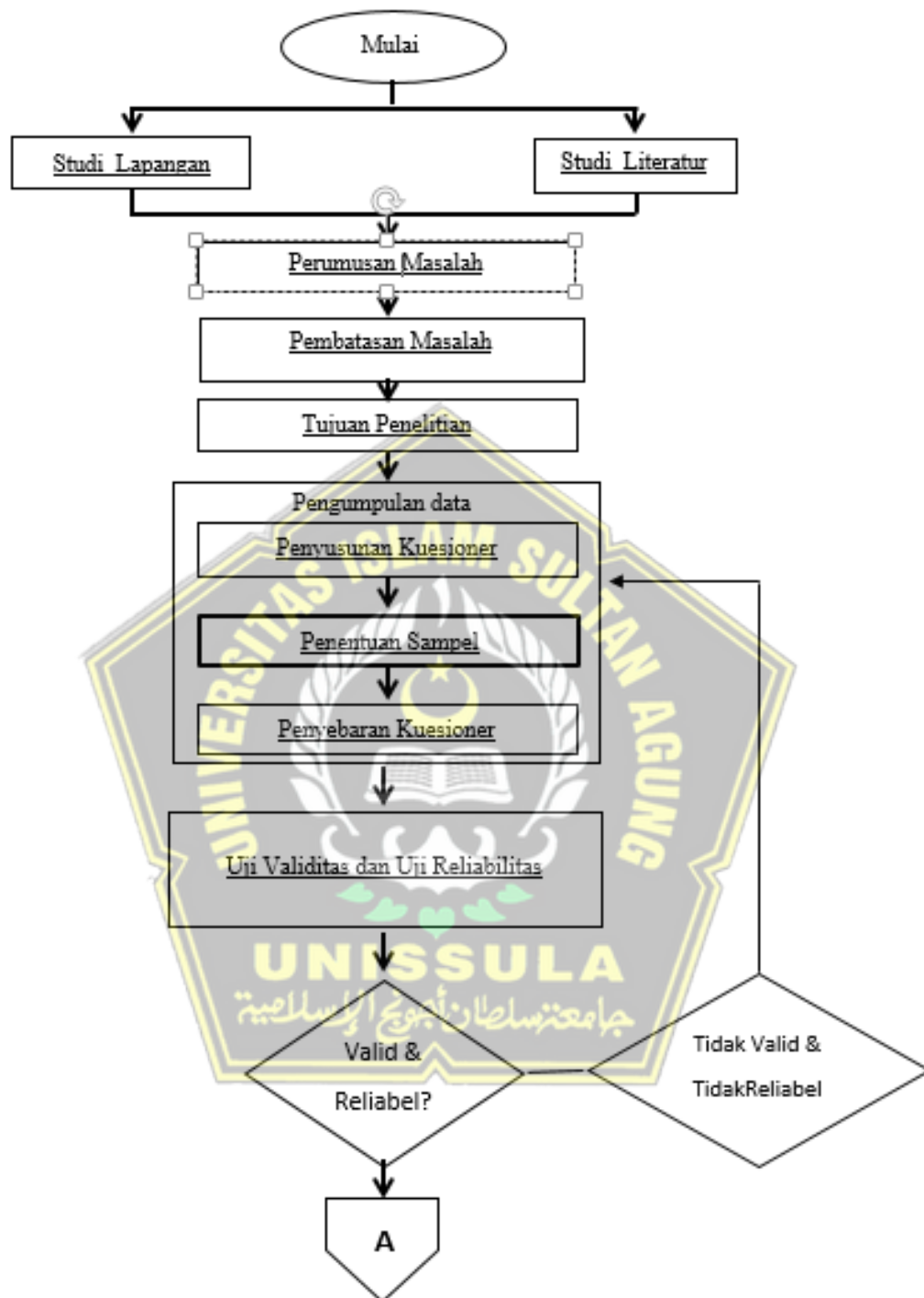
3.6 Penarikan Kesimpulan

Pada tahapan penelitian ini adalah tahapan untuk memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan pengolahan data serta memberikan saran yang didapatkan dari kesimpulan dan rekomendasi yang telah dijabarkan.

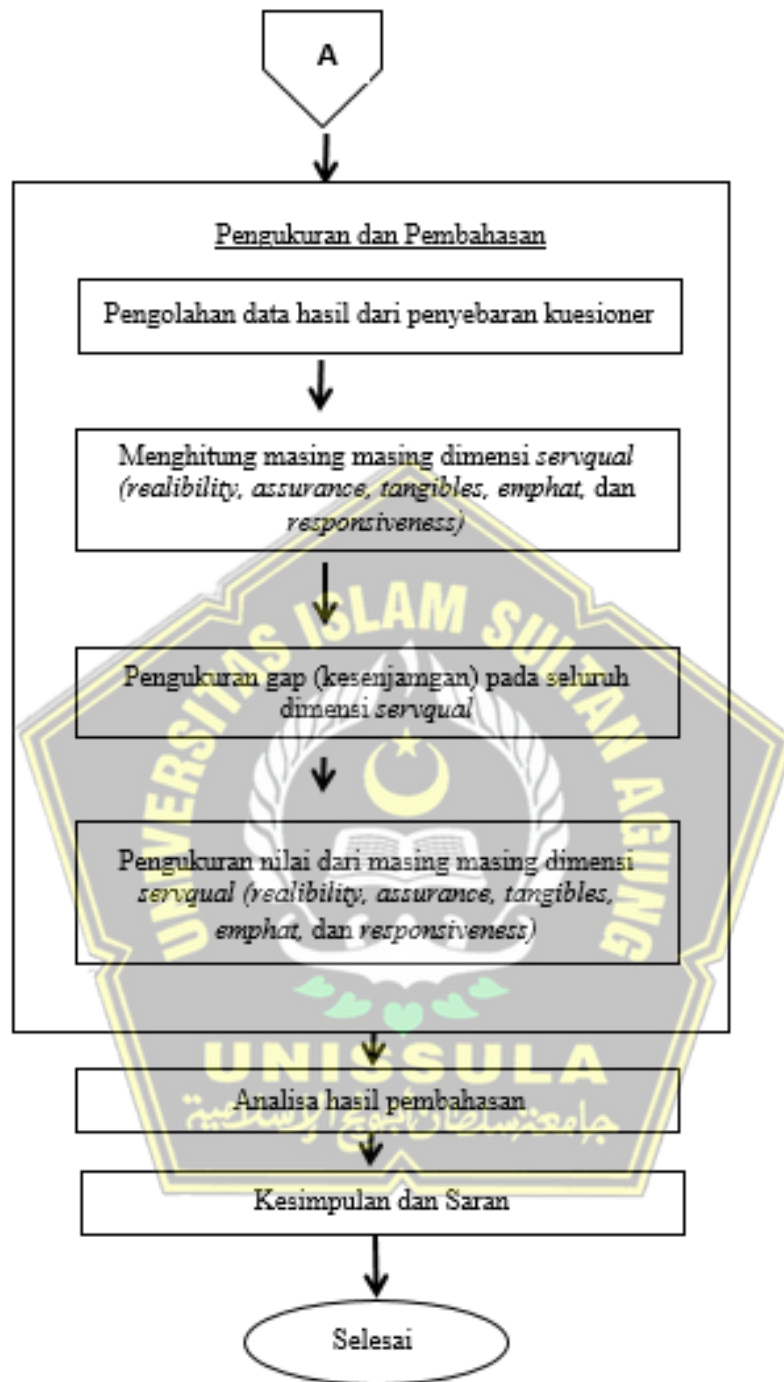
3.7 Diagram alir

Berdasarkan hasil pengolahan data, pembahasan dan analisa yang telah dilakukan, kemudian menarik kesimpulan sebagai hasil akhir dari penelitian tersebut dan juga memberikan rekomendasi serta saran guna perbaikan sistem pada perusahaan.





Gambar 3.1 Diagram Alir



Gambar 3.1 Diagram Alir

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian ini. Karena data-data yang ada, dapat mendukung peneliti untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pada penelitian ini pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder. Untuk data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada responden yang sudah menggunakan jasa Bengkel. Sedangkan untuk data sekunder didapatkan dari pihak Bengkel.

4.1.1 Deskripsi UD. Berkah Budi Mobil

Berkah Budi Mobil sebagai salah satu usaha dagang (UD) yang bergerak dalam usaha di bidang jasa, dimana harus memperhatikan mengenai kualitas pelayanannya. UD Berkah Budi Mobil berlokasi di Jalan Woltermonginsidi Kec. Genuk Kel. Bangetayu Wetan. UD Berkah Budi Mobil menyediakan penjualan produk eksterior maupun interior, jasa reparasi, penyediaan dan penggantian spare part mobil. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada salah satu pemilik UD Berkah Budi Mobil berdiri sejak tahun 1996 di Jalan Baru Genuk indah, Pada awalnya Pak Budi selaku pemilik pertama membangun bengkel Budi Berkah Mobil itu sendiri dan hanya melayani las kenteng beserta cat ulang motor ataupun mobil.

4.1.2 Identifikasi kuesioner

Berikut ini adalah identifikasi kuesioner untuk menentukan attribute apa yang dipakai dalam pembuatan kuesioner laporan :

Tabel 4. 1 Identifikasi kuesioner

No	Kriteria	Sumber	Atribute	Hasil Identifikasi
1	Bukti Fisik (Tangible)	PENGUKURAN KUALITAS JASA BENGKEL SEPEDA MOTOR SM DI KOTA PADANG DENGAN METODE <i>SERVQUAL</i> Agus Sutanto	• Apakah peralatan di bengkel sudah lengkap dan modern? • Apakah lingkungan bengkel sudah bersih dan sehat? • Apakah teknisi bengkel berpakaian rapi dan menarik? • Apakah sudah tersedia fasilitas pendukung pelayanan di bengkel ini secara memadai?	1. Bengkel memiliki peralatan yang terbaru 2. Bengkel memiliki ruang kerja / kantor yang bersih dan nyaman 3. Montir bengkel berpenampilan rapi/ enak dipandang 4. Bengkel memiliki ketersediaan sparepart yang dibutuhkan pelanggan 5. Bengkel memiliki lahan parkir
		ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL DENGAN MENGINTEGRASIKAN METODE <i>SERVICE QUALITY</i> (<i>SERVQUAL</i>) DAN <i>QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT</i> (QFD) (Studi Kasus: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan) (Patmawan, Setyanto and Sari, 2015)	• Tingkat kebisingan ruang tunggu • Kelengkapan fasilitas ruang tunggu • Kapasitas lahan parkir • Tingkat kebersihan ruang tunggu • Persentase ketersediaan suku cadang • Lingkungan bengkel rapih dan bersih • Peralatan bengkel yang lengkap	

		ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN PENDEKATAN METODE <i>SERVQUAL</i> DAN <i>IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS</i> (IPA) Alfian Maulana Hasibuan	• Ruang tunggu yang nyaman dan fasilitas ruang tunggu yang lengkap (tersedianya televisi, surat kabar, majalah, soft drink, free hotspot)	
2	Keandalan (Reliability)	PENGUKURAN KUALITAS JASA BENGKEL SEPEDA MOTOR SM DI KOTA PADANG DENGAN METODE <i>SERVQUAL</i> Agus Sutanto	• Apakah pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan jadwal yang ditetapkan? • Apakah pihak bengkel sudah memberikan perhatian kepada pelanggan yang mengalami kesulitan? • Apakah pihak bengkel sudah memberikan pelayanan yang baik sejak awal? • Apakah pelayanan yang dilakukan tepat waktu sesuai yang telah dijanjikan?	1. Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan 2. Montir bengkel dapat diandalkan dalam menangani kerusakan pada mobil 3. Jenis layanan yang diberikan telah sesuai dengan yang ditawarkan 4. Ongkos servis dan harga sparepart standard an terjangkau
		ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL DENGAN MENINTEGRASIKAN METODE <i>SERVICE QUALITY</i> (<i>SERVQUAL</i>) DAN <i>QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT</i> (QFD) (Studi Kasus: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan) Diardo Patmawan1) , Nasir Widha Setyanto2) , Ratih Ardia Sari3)	• Informasi terpasang dengan baik • Perbandingan jumlah servis dengan KSG • Tingkat kebersihan bagian kendaraan	

		ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN PENDEKATAN METODE <i>SERVQUAL</i> DAN <i>IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS</i> (IPA) Alfian Maulana Hasibuan	• Ongkos servis dan harga spare part standar dan terjangkau • Mekanik mempunyai pengetahuan luas dalam bidangnya • Mekanik mampu memperbaiki kerusakan	
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	PENGUKURAN KUALITAS JASA BENGKEL SEPEDA MOTOR SM DI KOTA PADANG DENGAN METODE <i>SERVQUAL</i> Agus Sutanto	• Apakah bengkel memiliki ketersediaan data pelayanan yang lengkap dan akurat serta mudah diperoleh? • Apakah pihak bengkel sudah memberikan informasi pelayanan yang akan diberikan dengan jelas? • Apakah bengkel sudah memberikan pelayanan yang cepat? • Apakah bengkel telah memberikan bantuan kepada pelanggan yang mengalami kesulitan? • Apakah pihak bengkel telah berusaha menyediakan waktu untuk membantu pelanggan?	1. Montir memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat 2. Montir selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat 3. Montir merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien 4. Montir selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan 5. Montir dapat menangani keluhan antrian
		ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL DENGAN MENINTEGRASIKAN METODE <i>SERVICE QUALITY</i> (<i>SERVQUAL</i>) DAN <i>QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT</i> (QFD) (Studi Kasus: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan)	• Persentase kehilangan kelengkapan kendaraan pelanggan • Tingkat harga jasa • Persentase keluhan urutan antrian • Persentase rekaman data pelanggan	

		Diardo Patmawan1) , Nasir Widha Setyanto2) , Ratih Ardia Sari3)		
		ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN PENDEKATAN METODE SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) Alfian Maulana Hasibuan	• Memenuhi permintaan khusus dari pelanggan • Karyawan dan staf mekanik bekerja dengan cepat tanggap dalam melayani pelanggan • Pemberian informasi yang jelas kepada pelanggan	
4	Jaminan (Assurance)	PENGUKURAN KUALITAS JASA BENGKEL SEPEDA MOTOR SM DI KOTA PADANG DENGAN METODE SERVQUAL Agus Sutanto ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL DENGAN MENINTEGRASIKAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) (Studi	• Apakah teknisi sudah memperlihatkan kemampuan dan keterampilan dalam melakukan aktifitas service? • Bagaimanakah keamanan dan kenyamanan selama di bengkel? • Bagaimanakah kesopanan, keramahan dan kesabaran karyawan/ teknisi bengkel selama melayani? • Apakah karyawan/ teknisi bengkel telah memperlihatkan tingkat pengetahuan yang dimiliki? • Tingkat tanggung jawab AHASS • Waktu antara motor mulai diservis sampai selesai servis • Tingkat pengetahuan petugas • Waktu menunggu antara pelanggan datang sampai dilayani petugas • Tingkat ketepatan petugas	1. Montir bersikap sopan dan ramah 2. Montir terampil dalam melayani pelanggan 3. Montir menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan 4. Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi 5. Bengkel memberikan garansi servis dan spare part

		Kasus: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan) Diardo Patmawan1) , Nasir Widha Setyanto2) , Ratih Ardia Sari3) ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN PENDEKATAN METODE <i>SERVQUAL</i> DAN <i>IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS</i> (IPA) Alfian Maulana Hasibuan	• Peralatan yang digunakan untuk servis dan perawatan dapat dipertanggung jawabkan • Tempat parkir aman • Memberikan garansi servis dan spare part • Aman dari kerusakan, lecet, penyok dan hilang saat proses servis berlangsung	
5	Empati (<i>Emphaty</i>)	PENGUKURAN KUALITAS JASA BENGKEL SEPEDA MOTOR SM DI KOTA PADANG DENGAN METODE <i>SERVQUAL</i> Agus Sutanto ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL DENGAN MENINGTEGRASIKAN METODE <i>SERVICE QUALITY</i> (<i>SERVQUAL</i>)	• Menurut anda apakah pihak bengkel telah memberikan perhatian khusus terhadap pelanggan? • Menurut anda apakah waktu pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan kebutuhan pelanggan? • Menurut anda apakah teknisi memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan? • Menurut anda apakah teknisi sungguh-sungguh dan tulus dalam melakukan tanggung jawabnya? • Menurut anda apakah teknisi paham dan mengerti terhadap kebutuhan pelanggan? • Persentase pengguna booking service • Persentase konsumen delivery service • Persentase keluhan pelanggan terselesaikan • Tingkat keramahan karyawan	1. Montir segera meminta maaf saat terjadi kesalahan 2. Montir memahami kebutuhan spesifik pelanggan 3. Montir dimulai tepat pada waktunya 4. Montir mudah dihubungi oleh pelanggan

		DAN <i>QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT</i> (QFD) (Studi Kasus: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan) Diardo Patmawan1) , Nasir Widha Setyanto2) , Ratih Ardia Sari3)		
		ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN PENDEKATAN METODE <i>SERVQUAL</i> DAN <i>IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS</i> (IPA) Alfian Maulana Hasibuan	• Karyawan dan staf mekanik memberikan anggapan dan perhatian kepada pelanggan sebagai orang yang penting • Memahami kebutuhan pelanggan • Pelayanan ramah dan santun terhadap pelanggan • Pelayanan yang adil tanpa memandang status sosial	



4.1.3 Deskripsi Identifikasi Kuesioner

Berikut Deskripsi singkat Identifikasi Kuesioner yang penulis kutip dari berbagai jurnal dan tugas akhir yang sudah ada sebelumnya diantaranya adalah dibawah ini:

Pertama adalah Agus Susanto dengan judul PENGUKURAN KUALITAS JASA BENGKEL SEPEDA MOTOR SM DI KOTA PADANG DENGAN METODE *SERVQUAL*. Dan yang kedua ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL DENGAN MENINGTEGRASIKAN METODE SERVICE QUALITY (*SERVQUAL*) DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) (Studi Kasus: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan). Oleh Patmawan, Setyanto and Sari. Ketiga Alfian Maulana Hasibuan yang berjudul ANALISIS PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BENGKEL MOTOR DENGAN PENDEKATAN METODE *SERVQUAL* DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA).

Dari ketiga sumber diatas penulis dan pemilik setelah melakukan musyawarah dapat menentukan hasil atribut apa saja yang dipakai untuk penyusunan kuesioner. Untuk Kriteria *tangible* didapatkan 5 atribut, Kriteria *reliability* didapatkan 4 atribut, Kriteria *responsiveness* didapatkan 5 atribut, Kriteria *assurance* didapatkan 5 atribut, Kriteria *emphaty* didapatkan 4 atribut.

4.1.4 Penyusunan Atribut Kuesioner

Penyusunan atribut kuesioner tertutup ini disusun berdasarkan dengan hasil diskusi dengan pihak internal dan referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dalam hal kepuasan pelanggan. Selain melakukan diskusi dengan pihak internal, penyusunan atribut kuisisioner tertutup juga dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terbuka dengan responden yang telah menggunakan jasa Bengkel.

Penyebaran kuesioner terbuka dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apa saja keluhan yang dirasakan pelanggan ketika menggunakan jasa Bengkel. Hasil dari rekap kuesioner terbuka yang telah diisi oleh pelanggan dan hasil diskusi yang dilakukan dengan pihak-pihak internal yang terkait dan berkepentingan dalam hal kepuasan pelanggan diBengkel, memperoleh 12 atribut pernyataan dan referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan mendapatkan 11

atribut pernyataan sehingga total keseluruhan atribut pernyataan yang digunakan dalam pengukuran sebanyak 23 pernyataan, dimana atribut-atribut tersebut akan diterjemahkan ke dalam bentuk kuesioner tertutup. Untuk menentukan atribut pernyataan (daftar pernyataan) di dalam kuesioner tertutup, digunakan pendekatan berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan. Diantaranya adalah *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*. Adapun atribut pada kuesioner tertutup adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 2 Atribut Penelitian

BUKTI FISIK (TANGIBLES)	
1	Bengkel memiliki alat yang memadai
2	Bengkel memiliki ruang kantor yang bersih
3	Montir bengkel berpenampilan rapi dan profesional
4	Bengkel memiliki ketersediaan sparepart yang dibutuhkan pelanggan
5	Bengkel memiliki lahan parkir
KEANDALAN (RELIABILITY)	
6	Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan
7	Montir memberikan layanan tepat pada waktunya
8	Jenis layanan yang diberikan telah sesuai dengan yang ditawarkan
9	Montir dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan
DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)	
10	Montir memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat
11	Montir selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat
12	Montir merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien
13	Montir selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan
14	Montir dapat menangani keluhan antrian
JAMINAN (ASSURANCE)	
15	Montir memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan
16	Montir terampil dalam melayani pelanggan
17	Montir menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan
18	Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi
19	Bengkel memberikan garansi servis dan spare part
EMPATI (EMPHATY)	
20	Montir segera meminta maaf saat terjadi kesalahan
21	Montir memahami kebutuhan spesifik pelanggan
22	Montir mengutamakan kepentingan pelanggan
23	Montir mudah dihubungi oleh pelanggan

4.1.5 Penentuan Sample

Menurut (Sugiyono, 2011), Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimal (n) jika diketahui populasi (N) pada taraf signifikan α :

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

- n = Jumlah sampel
 N = Ukuran populasi
 e = Eror yang digunakan

Dalam rumus Slovin terdapat ketentuan yaitu :

Nilai $\alpha = 0,1$ (10%) untuk populasi yang memiliki jumlah yang besar

Nilai $\alpha = 0,2$ (20%) untuk populasi yang memiliki jumlah yang kecil

Jumlah populasi untuk penelitian pada Bengkel. diambil dari jumlah responden selama satu tahun terakhir sebanyak 53 jiwa, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dari hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Apabila dimasukkan ke dalam rumus akan menjadi :

$$n = \frac{53}{1 + 53 (0,1)^2} = \frac{53}{1,53} = 34,6405 = 35$$

Dari perhitungan di atas maka jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 35 orang.

4.1.6 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan konsumen yang menggunakan jasa pelayanan Bengkel. Peneliti menyebar kuesioner sebanyak 35 responden. Untuk cara penyebarannya dilakukan dari pukul 08.00 – 14.00 WIB di Bengkel. Seluruh responden sebanyak 35 orang telah memiliki karakteristik yang dilihat dari beberapa faktor antara lain jenis kelamin dan usia :

1. Jenis Kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan dari faktor jenis kelamin, dinyatakan bahwa untuk responden yang berjenis kelamin laki-laki memiliki total sebanyak 34 orang, sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin perempuan memiliki total sebanyak 1 orang. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	34

Perempuan	1
TOTAL	35

2. Usia

Berdasarkan pada faktor usia, karakteristik responden dapat diketahui bahwa mayoritas responden berusia 17-25 tahun yaitu 1 responden. Kemudian untuk responden yang berusia 25-35 tahun memiliki total 3 responden, dan untuk responden yang berusia di atas 35 tahun memiliki total 31 responden. Dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
17-25 tahun	1
25-35 tahun	3
35 >	31
TOTAL	35

3. Data Kuesioner

Data kuesioner berisikan data rekap dari hasil penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian dimasukkan ke dalam tabel data mentah yang terlampir pada A4. Baris pada tabel menunjukkan responden 1 sampai 35. Sedangkan kolom pada tabel menunjukkan butir pernyataan 1 sampai 23.

4.2 Uji *Reliability* dan *Validitas*

4.2.1 Uji *Reliability*

Menurut (Hasibuan, 2019), reliabilitas adalah sesuatu yang merujuk pada konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama ketika mereka diuji ulang dengan tes yang sama pada kesempatan yang berbeda, atau dengan seperangkat butir-butir ekuivalen (*equivalent items*) yang berbeda, atau di bawah kondisi pengujian yang berbeda. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* >0.60.

1. Uji *Reliability* *Servqual* Presepsi

Berikut merupakan *output* uji reliabel servqual presepsi menggunakan SPSS :

Tabel 4.5 Hasil Uji *Reliability Servqual* Presepsi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	23

Data *output* perhitungan SPSS dapat diketahui variabel Servqual memiliki nilai (α) > 0.60 yaitu 0.915 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Servqual presepsi dikatakan Reliabel.

2. Uji *Reliability Servqual* Kepentingan

Berikut merupakan *output* uji reliabel servqual presepsi menggunakan SPSS :

Tabel 4.6 Hasil Uji *Reliability Servqual* Kepentingan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.934	23

Data *output* perhitungan SPSS dapat diketahui variabel Servqual memiliki nilai (α) > 0.60 yaitu 0.934 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Servqual kepentingan dikatakan Reliabel.

4.2.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner yang diberikan pada konsumen selama penelitian. Uji ini dilakukan agar jawaban dari kuisisioner ini dapat digunakan untuk penelitian.

a. Menentukan hipotesis

H_0 = Skor item tidak berkorelasi positif dengan skor total

H_1 = Skor item berkorelasi positif dengan skor total

b. Menentukan nilai r tabel

Untuk mencari nilai r tabel, dapat dilakukan dengan menggunakan rumus $df = n - 2$. Dari nilai tersebut, df = jumlah responden – 2. Dalam penelitian ini $df = 35 - 2$. Dengan tingkat signifikansi 0,05, maka didapatkan nilai r tabel sebesar 0,3338.

c. Mencari nilai r hitung

Nilai dari r hitung didapatkan dari pengolahan data menggunakan *software* SPSS 23. Nilai r hitung dapat dilihat pada hasil *output* SPSS 23 pada kolom *Corrected Item-Total Corelation*. (*output* hasil *software* terlampir).

d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan, yaitu :

Apabila r hitung $>$ r tabel, maka butir pertanyaan dapat dinyatakan valid.

Apabila r hitung $<$ r tabel, maka butir pertanyaan dapat dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.8 Uji Validitas *Servqual* Presepsi

N	Nilai R hitung	Nilai R table	Keterangan
P1	0,671	0.3338	Valid
P2	0,583	0.3338	Valid
P3	0,707	0.3338	Valid
P4	0,764	0.3338	Valid
P5	0,545	0.3338	Valid
P6	0,825	0.3338	Valid
P7	0,845	0.3338	Valid
P8	0,726	0.3338	Valid
P9	0,865	0.3338	Valid
P10	0,822	0.3338	Valid
P11	0,798	0.3338	Valid
P12	0,381	0.3338	Valid
P13	0,421	0.3338	Valid
P14	0,616	0.3338	Valid
P15	0,719	0.3338	Valid
P16	0,536	0.3338	Valid
P17	0,481	0.3338	Valid
P18	0,702	0.3338	Valid
P19	0,571	0.3338	Valid
P20	0,605	0.3338	Valid
P21	0,810	0.3338	Valid
P22	0,346	0.3338	Valid
P23	0,366	0.3338	Valid

Dari Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$ yang artinya bahwa item-item *servqual* persepsi diatas dinyatakan valid

Tabel 4.10 Uji Validitas *Servqual* Kepentingan

N	Nilai R hitung	Nilai R table	Keterangan
P1	0.595	0.3338	Valid
P2	0.602	0.3338	Valid
P3	0.700	0.3338	Valid
P4	0.659	0.3338	Valid
P5	0.537	0.3338	Valid
P6	0.558	0.3338	Valid
P7	0.677	0.3338	Valid
P8	0.715	0.3338	Valid
P9	0.571	0.3338	Valid
P10	0.691	0.3338	Valid
P11	0.69	0.3338	Valid
P12	0.450	0.3338	Valid
P13	0.434	0.3338	Valid
P14	0.541	0.3338	Valid
P15	0.840	0.3338	Valid
P16	0.773	0.3338	Valid
P17	0.465	0.3338	Valid
P18	0.506	0.3338	Valid
P19	0.417	0.3338	Valid
P20	0.585	0.3338	Valid
P21	0.818	0.3338	Valid
P22	0.374	0.3338	Valid
P23	0.453	0.3338	Valid

Dari Tabel 4.10 dapat dilihat bahwa $R_{hitung} > R_{tabel}$, artinya item-item *servqual* kepentingan diatas dinyatakan valid.

4.3 Pengolahan Data جامعته سلطان أبوبوع الإسلامية

Dalam penelitian ini, peneliti menyebar 35 kuesioner kepada sebagian pelanggan, kuesioner ini disebarakan mengenai tanggapan persepsi dan kepentingan pelanggan tentang pelayanan UD Berkah Budi Mobil menggunakan pendekatan metode *servqual* dimana nilai kuesioner jika Sangat Puas adalah 5, Puas = 4, Netral = 3, Tidak Puas = 2 dan Sangat Tidak Puas = 1. Dan untuk skala tingkat kepentingannya adalah Sangat Penting = 5, Penting = 4, Netral = 3, Tidak Penting = 2 dan Sangat Tidak Penting = 1.

4.3.1 Perhitungan Nilai Kepentingan

Nilai kepentingan menunjukkan besarnya kepentingan pelanggan terhadap kualitas yang akan diterimanya. Berikut contoh perhitungan nilai kepentingan pelanggan untuk pertanyaan atribut 1 dari hasil rekapitulasi data 35 responden.

$$\begin{aligned}\sum Y_i &= (10 \times 5) + (9 \times 4) + (4 \times 3) + (8 \times 2) + (0 \times 1) \\ &= 50 + 36 + 12 + 16 \\ &= 124 \\ Y_i &= \sum Y_i : n \\ &= 124 : 35 \\ &= 6,02\end{aligned}$$

Tabel 4.11 Nilai Kepentingan

Pernyataan	Nilai Skor ($\sum Y_i$)	Nilai Kepentingan (Y_i)
P1	124	3.54
P2	120	3.42
P3	119	3.40
P4	121	3.45
P5	114	3.25
P6	118	3.37
P7	128	3.65
P8	122	3.48
P9	124	3.54
P10	120	3.42
P11	114	3.25
P12	112	3.20
P13	117	3.34
P14	116	3.31
P15	119	3.40
P16	117	3.34
P17	113	3.22
P18	119	3.40
P19	127	3.62
P20	116	3.31
P21	127	3.62
P22	115	3.28
P23	131	3.79

4.3.2 Perhitungan Nilai Kenyataan/Persepsi yang diterima

Nilai aktual (kenyataan) menunjukkan penilaian kualitas layanan yang diterima pelanggan. Berikut contoh perhitungan nilai 69 persepsi untuk pertanyaan atribut 1 dari hasil rekapitulasi data 35 koresponden.

$$\sum Y_i = (9 \times 5) + (11 \times 4) + (3 \times 3) + (12 \times 2) + (10 \times 1)$$

$$= 45 + 44 + 9 + 24 + 10$$

$$= 132$$

$$Y_i = \sum Y_i : n$$

$$= 132 : 35$$

$$= 3,77$$

Tabel 4.12 Nilai Persepsi

Pernyataan	Nilai Skor ($\sum Y_i$)	Nilai Persepsi (Y_i)
P1	132	3.77
P2	115	3.28
P3	113	3.22
P4	115	3.28
P5	109	3.11
P6	110	3.14
P7	121	3.45
P8	126	3.60
P9	119	3.40
P10	117	3.34
P11	112	3.20
P12	114	3.25
P13	103	3.94
P14	119	3.40
P15	124	3.54
P16	118	3.37
P17	103	2.94
P18	111	3.17
P19	122	3.48
P20	117	3.34
P21	126	3.60
P22	121	3.95
P23	117	3.34

4.3.3 Perhitungan Nilai Servqual

Nilai Gap dapat diartikan sebagai nilai selisih antara nilai persepsi dan nilai kepentingan atau dengan kata lain selisih antara nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan dengan nilai yang diharapkan oleh pelanggan. Analisis ini juga mengidentifikasi tindakan-tindakan apa saja yang diperlukan untuk mengurangi kesenjangan atau mencapai kinerja yang diharapkan pada masa datang. Nilai yang positif menunjukkan bahwa pihak UD Berkah Budi Mobil tidak perlu meningkatkan kualitas layanannya cukup dipertahankan saja karena sudah mampu memberikan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Jika nilai negatif maka pihak UD Berkah Budi Mobil harus meningkatkan kualitas layanannya karena belum mampu untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Tabel 4.13 Nilai Servqual

No	Kode	Variabel	Presepsi	Kepentingan	GAP (Servqual)
BUKTI FISIK (TANGIBLES)					
1	P1	Bengkel memiliki alat yang memadai	3.77	3.54	0.23
2	P2	Bengkel memiliki ruang kantor yang bersih	3.28	3.42	-0.14
3	P3	Montir bengkel berpenampilan rapi dan profesional	3.22	3.40	-0.18
4	P4	Bengkel memiliki ketersediaan sparepart yang dibutuhkan pelanggan	3.28	3.45	-0.17
5	P5	Bengkel memiliki lahan parkir	3.11	3.25	-0.14
KEANDALAN (RELIABILITY)					
6	P6	Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan	3.14	3.65	-0.51
7	P7	Montir memberikan layanan tepat pada waktunya	3.45	3.48	-0.03
8	P8	Jenis layanan yang diberikan telah sesuai dengan yang ditawarkan	3.60	3.54	0.06
9	P9	Montir dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan	3.40	3.42	-0.02
DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)					
10	P10	Montir memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat	3.34	3.20	0.14
11	P11	Montir selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat	3.20	3.34	-0.14

12	P12	Montir dapat menangani urutan antrian	3.25	3.31	-0.06
13	P13	Montir merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat dan efisien	3.94	3.40	0,54
14	P14	Montir selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan	3.40	3.34	0,06
JAMINAN (ASSURANCE)					
15	P15	Montir memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan	3.54	3.40	0,14
16	P16	Montir terampil dalam melayani pelanggan	3.37	3.62	-0,25
17	P17	Montir menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan	2.94	3.31	-0,37
18	P18	Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi	3.17	3.62	-0,45
19	P19	Bengkel memberikan garansi servis dan spare part	3.48	3.28	0,20
EMPATI (EMPHATY)					
20	P20	Montir segera meminta maaf saat terjadi kesalahan	3.34	3.54	-0,20
21	P21	Montir memahami kebutuhan spesifik pelanggan	3.60	3.42	0,18
22	P22	Montir mengutamakan kepentingan pelanggan	3.95	3.40	0,55
23	P23	Montir mudah dihubungi oleh pelanggan	3.34	3.45	-0,11
Rata-Rata			3,41	3,39	-0,029

Berdasarkan tabel 4.13 diatas cara menghitung gap kesenjangan antara nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata kepentingan diperoleh. Setelah gap atau kesenjangan diketahui maka tahap selanjutnya adalah menyimpulkan. Menurut (Baskoro, Marlyana and Bernadhi, 2022) nilai kepuasan positif (>0) maka kualitas pelayanan telah melebihi tingkat kepuasan konsumen. Bila nilai kepuasan sama dengan nol ($=0$) menunjukkan kualitas pelayanan telah sesuai dengan kepentingan konsumen. Nilai Gap dapat dilihat pada tabel 4.7 diatas. Pada Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa gap bernilai kurang dari nol (<0) maka menunjukkan adanya kesenjangan antara kepentingan dan persepsi konsumen. Konsumen masih merasa belum puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh jasa UD Berkah Budi Mobil. Ketidakpuasan ini disebabkan oleh persepsi konsumen saat menikmati pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Walaupun demikian bukan berarti sepenuhnya bengkel dinilai buruk, bengkel masih bisa memperbaiki.

4.4 Pengukuran

Berdasarkan dengan permasalahan dalam penelitian ini, maka didapat gambaran yang berhubungan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan metode Servqual di UD Berkah Budi Mobil, yaitu sebagai berikut :

4.4.1 Pengukuran *Servqual*

Berdasarkan tabel 4.13 nilai rata-rata persepsi untuk setiap kriteria mulai dari yang terkecil yaitu Montir dapat menangani urutan antrian dengan nilai 2.94 dengan nilai rata-rata terbesar yaitu Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan dengan nilai 3.77. Sedangkan berdasarkan tabel 4.7 rata-rata nilai kepentingan tiap kriteria dimulai dari yang terkecil, yaitu Montir dapat menangani urutan antrian dengan nilai 3,2 dan yang terbesar yaitu Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi dengan nilai 3,79. Karena nilai terkecil antara persepsi dan kepentingan yaitu jatuh pada objek yang sama, maka dapat disimpulkan bahwa dalam memenuhi kriteria konsumen dinilai tepat.

4.4.2 Pengukur Gap *Servqual*

Dari hasil perhitungan gap antar dimensi *Servqual* maka didapatkan hasil nilai gap sebagai berikut :

Tabel 4.12 Hasil Gap Dimensi Kualitas Pelayanan

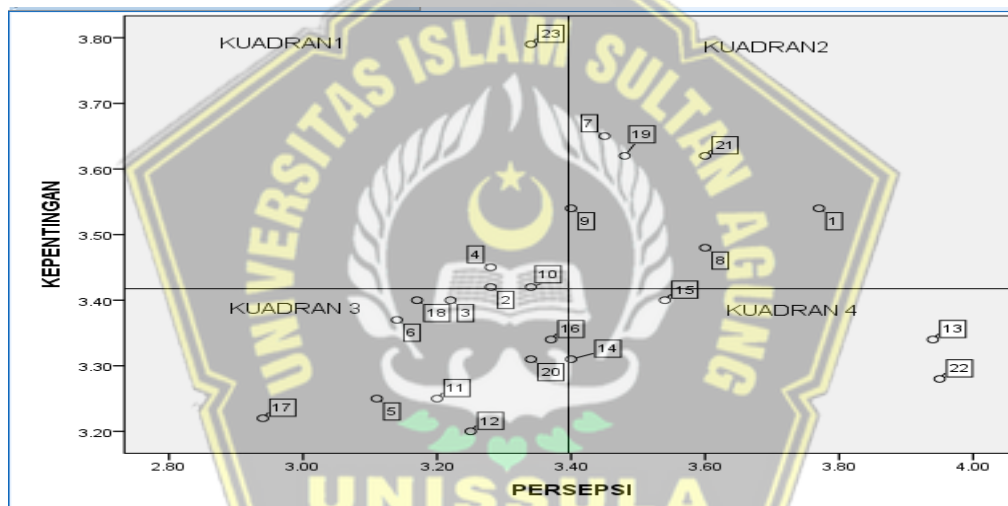
Dimensi <i>Servqual</i>	Kenyataan	Kepentingan	Gap
<i>Tangible</i>	3,33	3,41	-0,08
<i>Reliability</i>	3,40	3,52	-0,12
<i>Responsiveness</i>	3,43	3,32	0,11
<i>Assurance</i>	3,30	3,45	-0,15
<i>Emphaty</i>	3,56	3,45	0,11
Rata-rata			-0,03

Setelah dilakukan pengolahan data pada lima dimensi, dari tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 3 dimensi yang memiliki nilai gap negatif dan 2 dimensi yang memiliki nilai gap positif. *Responsiveness* menempati peringkat pertama dengan total nilai gap sebesar 0,11. Kemudian pada peringkat kedua ada dimensi *Emphaty* dengan total nilai gap sebesar 0,11. Pada peringkat ketiga ada dimensi *Tangible* dengan total nilai gap sebesar -0,08. Peringkat keempat ada dimensi *Reliability* dengan total nilai gap sebesar -0,12, dan pada peringkat kelima yaitu dimensi *Assurance* dengan total nilai gap sebesar -0,15. Dengan demikian dari

kelima dimensi kualitas pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan adalah *Assurance*.

4.5 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA)

Importance Performance Analysis (IPA) dilakukan dengan menghitung skor tingkat kepuasan (persepsi) dan tingkat kepentingan konsumen di UD Berkah Budi Mobil. Berikutnya akan dilakukan perhitungan nilai pada sumbu X (rata-rata skor tingkat kepuasan) dan nilai pada sumbu Y (rata-rata skor tingkat kepentingan) yang akan dipetakan dalam diagram kartesius menggunakan *software* SPSS 23. Setelah dimasukkan semua, hasil dari rata-rata kepentingan dan persepsi pelanggan setiap atribut kemudian di plot ke dalam diagram kartesius yang terbagi dalam empat kuadran yang bertujuan untuk mengetahui terletak di kuadran berapakah atribut tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.1 :



Gambar 4.1 Hasil Pembuatan Diagram Kartesius

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa Gap terbagi menjadi 4 bagian yaitu: Kuadran I, Kuadran II, Kuadran III, dan Kuadran IV dan didapatkan urutan prioritas perbaikan pada atribut-atribut tersebut sesuai dengan konsep diagram kartesius. Berikut ini adalah atribut pernyataan yang sudah dikelompokkan menjadi empat kuadran :

1. Kuadran I (Prioritas Utama) dimana pada daerah ini membutuhkan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh pihak perusahaan, karena dalam kuadran ini dianggap sangat penting untuk segera dilakukan perbaikan. Semua atribut yang berada dalam kuadran ini merupakan kekurangan yang dimiliki oleh UD Berkah Budi Mobil. Berikut adalah atribut-atribut yang terletak pada Kuadran I : P2 (Bengkel memiliki ruang kantor yang bersih), P4 (Bengkel memiliki ketersediaan sparepart yang

dibutuhkan pelanggan), P10 (Montir memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat), P23 (Montir mudah dihubungi oleh pelanggan).

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi) dimana pada daerah ini dianggap yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Atribut yang berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan oleh bengkel, karena pada umumnya pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Adapun atribut yang termasuk dalam Kuadran II ini adalah P1 (Bengkel memiliki alat yang memadai), P7 (Montir memberikan layanan tepat pada waktunya), P8 (Jenis layanan yang diberikan telah sesuai dengan yang ditawarkan), P9 (Montir dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan), P19 (Bengkel memberikan garansi servis dan sparepart), P21 (Montir memahami kebutuhan spesifik pelanggan).
3. Kuadran III (Prioritas Rendah) merupakan atribut atau item yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Atribut yang berada dalam kuadran ini dinilai tidak begitu penting bagi pelanggan dan pelaksanaannya dinilai biasa saja. Adapun atribut yang termasuk dalam Kuadran III ini adalah item P3 (Montir perusahaan berpenampilan rapi dan profesional), P5 (Bengkel memiliki lahan parkir), P6 (Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan), P11 (Montir selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat), P12 (Montir dapat menangani urutan antrian), P16 (Montir terampil dalam melayani pelanggan), P17 (Montir menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan), P18 (Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi), dan P20 (Montir segera meminta maaf saat terjadi kesalahan).
4. Kuadran IV (berlebihan) merupakan atribut atau item yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh bengkel, sehingga memuaskan. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran IV ini adalah item P13 (Montir merespon permintaan pelanggan dengan cepat, tepat, dan efisien), P14 (Montir selalu dapat menyelesaikan keluhan pelanggan), P15 (Montir memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan), dan P22 (Montir mengutamakan kepentingan pelanggan).

4.6 Analisa dan Pembahasan Pengukur Kualitas Pelayanan

Setelah dilakukan perhitungan menggunakan metode *Servqual* dan IPA (*Importance Performance Analysis*), diperoleh atribut pernyataan apa saja yang harus segera dilakukan perbaikan. Hal itu dapat dilihat dari pemetaan diagram kartesius yang dibagi menjadi empat bagian, diantaranya ada Kuadran I, Kuadran II, Kuadran III, dan Kuadran IV. Atribut yang menempati Kuadran I adalah atribut yang perlu terlebih dahulu ditingkatkan agar pelayanan yang diterima oleh pelanggan sesuai atau mendekati kepentingan pelanggan. Dilihat dari diagram kartesius terdapat empat atribut yang berada pada Kuadran I, untuk itu harus segera dilakukan perbaikan untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Berikut ini adalah atribut-atribut yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan :

1. Dari kriteria Bukti Fisik (*Tangible*) dapat dilihat bahwa atribut ini adalah atribut yang terletak pada Kuadran I, maka dari itu menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan. (P2) Bengkel memiliki ruang kantor yang bersih dengan nilai gap *servqual* sebesar -0,14.
2. Dari kriteria Bukti Fisik (*Tangible*) dapat dilihat bahwa atribut ini adalah atribut yang terletak pada Kuadran I, maka dari itu menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan. (P4) Bengkel memiliki ketersediaan *sparepart* yang dibutuhkan pelanggan dengan nilai gap *servqual* sebesar -0,17.
3. Dalam kriteria Daya Tanggap (*Responsiveness*) dapat dilihat bahwa atribut ini adalah atribut yang terletak pada Kuadran I, maka dari itu menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan. (P10) Montir memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat dengan nilai gap *servqual* sebesar 0,14.
4. Dalam kriteria Empati (*Emphaty*) dapat dilihat bahwa atribut ini adalah atribut yang terletak pada Kuadran I, maka dari itu menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan. (P23) Montir mudah dihubungi oleh pelanggan dengan nilai gap *servqual* -0,11.

4.7 Analisa Perbaikan

Berikut ini adalah Analisa perbaikan yang diperoleh dari hasil analisa-analisa diatas dan harus segera dilakukan upaya perbaikam di Bengkel Berkah Budi Mobil agar dapat memecahkan permasalahan di bengkel:

- Kebutuhan yang harus dipenuhi oleh manajemen yang paling utama adalah Bengkel memiliki ruang kantor yang bersih maka diperlukannya pelatihan kepada montir untuk tetap menjaga kebersihan bengkel.
- Ketersediaan *sparepart* yang dibutuhkan pelanggan, montir harus mengecek persediaan *sparepart* setiap dua bulan sekali untuk dapat meningkatkan kualitas layanan montir terhadap pelanggan.
- Kedua adalah memberikan pelatihan pada montir yang dilakukan setiap tiga bulan sekali untuk meningkatkan kemampuan montir.
- Lalu montir memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat serta penambahan petugas kebersihan agar bengkel dapat lebih terjaga dan konsumen menjadi lebih nyaman.
- Montir mudah dihubungi oleh pelanggan, kebutuhan kemudahan dalam proses pelayanan juga diperlukan, dengan montir memahami pelanggan tentunya dapat meningkatkan juga penjualan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Para pelanggan yang menggunakan jasa pelayanan di UD Berkah Budi Mobil menilahi bahwa tingkat kepuasan dan harapan pelanggan belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini dapat ditunjukkan dari atribut yang berada pada kuadran I. sehingga seluruh atribut yang terletak pada kuadran ini memerlukan perbaikan (*action*). Atribut yang terletak pada kuadran I diantaranya adalah Atribut (P2) Bengkel memiliki ruang kantor yang bersih. Atribut (P4) Bengkel memiliki ketersediaan *sparepart* yang dibutuhkan pelanggan. Atribut (P10) Montir memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat. Atribut (P23) Montir mudah dihubungi oleh pelanggan.
2. Dalam penilaian pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di UD Berkah Budi Mobil dengan metode *servqual* diperoleh attribute-attribute apa saja yang dijadikan prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan yaitu Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*) pada atribut pernyataan (P2) Bengkel memiliki ruang kantor yang bersih, memiliki nilai gap *servqual* sebesar -0,14. Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*) pada atribut pernyataan (P4) Bengkel memiliki ketersediaan *sparepart* yang dibutuhkan pelanggan, memiliki nilai gap *servqual* sebesar -0,17. Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) pada atribut pernyataan (P10) Montir memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan secara tepat, memiliki nilai gap *servqual* sebesar 0,14. Dimensi Empati (*Emphaty*) pada atribut pernyataan (P23) Montir mudah dihubungi oleh pelanggan, memiliki nilai gap *servqual* sebesar -0,11.

5.2 Saran

Dalam penelitian ini ada beberapa saran yang dapat diberikan pada pihak perusahaan UD Berkah Budi Mobil antara lain :

1. Pihak bengkel untuk meningkatkan kepedulian kepada pelanggan agar pelanggan merasa nyaman dalam menggunakan jasa UD Berkah Budi Mobil dengan cara selalu berkomunikasi baik dengan pelanggan.
2. Pihak bengkel untuk meningkatkan kenyamanan konsumen maka bengkel melakukan komunikasi yang baik dengan konsumen, tepat waktu dalam jadwal, memiliki garansi yang dapat menyenangkan pelanggan.
3. Pihak bengkel untuk selalu menjaga kepuasan pelanggan secara terus menerus dengan cara merekap sistem kerja yang solid dan konsisten agar kepuasan tetap terjaga.



DAFTAR PUSTAKA

- Purnomo, W., & Riandadari, D. (2015). Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Bengkel Dengan Metode Ipa (Importance Performance Analysis) Di Pt Arina Parama Jaya Gresik. *Jurnal Teknik Mesin*, 03(03), 54–63. Retrieved from <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jtm-unesa/article/view/11298/10727>
- Baskoro, A.K., Marlyana, N. and Bernadhi, B.D. (2022) ‘Mengintegrasikan Metode Service Quality (Servqual) Dan Quality Function Deployment (Qfd)’, 1(1), pp. 14–23.
- Sununindyo Kumoro. (2018). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DAN POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan NaavaGreen Kotabaru Yogyakarta). *Jurnal Teknologi Industri*, 2(1), 1–88.
- Devina, L. and Aritonang, Y.M.K. (2013) ‘Model Integrasi Metode Zone of , Kano, dan Lean Six Sigma untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Online Shop’, *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 2(1), pp. 12–21. Available at: <https://journal.unpar.ac.id/index.php/jrsi/article/view/332>.
- Siregar, S. F. (2006). Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Dengan Metode Index Potential Gain Customer Value (Pgc v) Di Pt Bank Muamalat Indonesia Cabang Medan. *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 7, 40–47.
- Hidayat, R., Industri, J.T. and Madura, U.T. (2009) ‘Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri’, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), pp. 59–72. Available at: <https://doi.org/10.9744/jmk.11.1.pp.59-72>.
- Nuha, I.U., Handayani, S. and Afifah, Z.N. (2017) ‘Estimasi Tinggi Badan Berdasarkan Panjang Demispan dan Panjang Femur pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran UNS Surakarta’, pp. 40–49. Available at: <https://jurnal.fk.uns.ac.id/index.php/Nexus-Kedokteran-Komunitas/article/download/1037/463>.

- Patmawan, D., Setyanto, N.W. and Sari, R.A. (2015) 'ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN BENGKEL DENGAN MENGINTEGRASIKAN METODE SERVICE QUALITY (SERVQUAL) DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) (Studi Kasus: AHASS 7130 Cemara Agung Motor Magetan)', *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri*, 3(1), pp. 85–98. Available at: <http://jrmsi.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jrmsi/article/view/180>.
- Pundenswari, P. (2017) 'Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik bidang Kesehatan terhadap Kepuasan Masyarakat', *Jurnal Publik : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Administrasi Negara*, 11(1), pp. 13–21. Available at: www.jurnal.uniga.ac.id.
- Rustam, E. and Yuliawati, E. (2016) 'PENGEMBANGAN PRODUK LAMPU MEJA BELAJAR DENGAN METODE KANO DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT (QFD)', 2(2), pp. 78–86.
- Winarno, H., & Absor, T. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Pada Pt. Media Purna Engineering. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik*, 1(2), 146–160. <https://doi.org/10.30988/jmil.v1i2.15>
- Satoto, H.F. (2019) 'Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode Servqual Pada Pt. Xyz'. Available at: <http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/3139>.
- Suryono, K. (2020) 'Analisis kepuasan pelanggan dengan metode servqual dan kartesius pada rumah makan mak dower Rawamangun', *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, (2004), pp. 6–25.
- Wahju Wibowo and Imam Nuryanto (2022) 'Analisis Kualitas Pelayanan Publik dengan Metode Integrasi Servqual dan Diagram Kartesius', *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), pp. 195–200. Available at: <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i1.808>.
- Wijaya, R. (2017) 'Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode SERVQUAL dan Peningkatan Performa Pelayanan Dengan Importance-Performance Analysis (IPA) di CV. ERDY SERVICE SURABAYA', *Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri*, pp. 1–11.

Willson, Y.A. *et al.* (2014) ‘Keterampilan Motorik Halus dengan Metode QFD dan TRIZ’, 3(1), pp. 107–122.

