

Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan *Service* Kendaraan Bermotor Menggunakan Metode *Service Quality* Di *Dealer* Yamaha Cicadas*

RURIN MIRA NINDYA, SUGIH ARIJANTO, GITA PERMATA LIANSARI

Jurusan Teknik Industri
Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung

Email: rurinmira@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini perusahaan-perusahaan jasa sedang menghadapi persaingan yang sangat ketat. Setiap perusahaan tersebut terus mencari cara untuk menarik pelanggan dan mengungguli para pesaing mereka. Demikian pula saat ini, banyak perusahaan menawarkan pelayanan service kendaraan bermotor di dealer-dealer ternama, seperti dealer Yamaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memberikan usulan perbaikan kepada perusahaan untuk mencapai tingkat pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dan merancang strategi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Pengukuran tingkat kepuasan pelayanan jasa perusahaan dilakukan dengan menggunakan metode service quality atau servqual. Penelitian ini menghasilkan rata-rata nilai gap 5 sebesar -0,066, gap 1 sebesar 0,583, gap 2 sebesar -0,273, dan gap 3 sebesar -0,230. Walaupun pihak manajemen sudah memahami bahkan melampaui harapan pelanggan, standar-standar sudah disusun dengan jelas dan direalisasikan, namun, pada pelaksanaannya perusahaan kesulitan untuk mencapai standar secara konsisten.

Kata kunci: *Kepuasan Pelanggan, Service Quality (SERVQUAL), Usulan Perbaikan*

ABSTRACT

The service companies are facing very tough competition currently. Each of these companies are constantly looking for ways to attract customers and outperform their competitors. Today, many companies offer services in the service of motor vehicles reputable dealers, such as the Yamaha dealer. This study aims to analyze and propose improvements to the company to achieve the level of service expected by the customer and devise a strategy to meet the needs of customers so that customer satisfaction can be met. Measuring the level of satisfaction of services performed by the company using the service quality or servqual. This study resulted in an average value of gap 5 is -0.066, gap 1 is 0.583, gap 2 is -0.273, and -0.230 for gap 3. Although management has to understand even exceed customer expectations, standards have been drawn up clearly and realized, however, the company difficult to achieve standards consistently in its practice.

Keywords: *Customer Satisfaction, Service Quality (SERVQUAL), Proposed Improvements*

* Makalah ini merupakan ringkasan dari Tugas Akhir yang disusun oleh penulis pertama dengan pembimbingan penulis kedua dan ketiga. Makalah ini merupakan draft awal dan akan disempurnakan oleh para penulis untuk disajikan pada seminar nasional dan/atau jurnal nasional.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perusahaan-perusahaan jasa sedang menghadapi persaingan yang ketat. Setiap perusahaan tersebut terus mencari cara untuk menarik pelanggan dan mengungguli para pesaing mereka. Salah satu caranya adalah dengan memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan secara lebih baik, yakni perusahaan memberikan pelayanan yang berorientasi kepada pelanggan. Agar perusahaan dapat memenuhi permintaan pelanggan, maka perusahaan selalu menjaga standar kualitas pelayanan terhadap pelanggan supaya pelanggan merasa puas dan akhirnya loyal terhadap perusahaan.

Demikian pula saat ini, banyak perusahaan menawarkan pelayanan *service* kendaraan bermotor di *dealer-dealer* ternama, seperti *dealer* Yamaha. *Dealer* Yamaha Cicadas ini berlokasi di Jalan Ahmad Yani Bandung, dimana pada lokasi ini terdapat beberapa bengkel *service* lain, sehingga hal ini mengakibatkan persaingan terhadap jasa pelayanan *service* kendaraan bermotor juga semakin ketat. Apabila pelayanan yang dirasakan setelah melakukan *service* kendaraan bermotor tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas dan dapat memunculkan keluhan-keluhan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, pihak manajemen perusahaan ingin mengetahui sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan yang selama ini diberikan sehingga perusahaan mengetahui hal-hal apa saja yang harus diperbaiki untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan.

1.2 Rumusan Masalah

Bengkel di *dealer* Yamaha Cicadas belum melakukan pengukuran tingkat kepuasan konsumennya karena pihak manajemen merasa bahwa konsumen yang datang dan melakukan *service* motor di bengkel Yamaha Cicadas sudah puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan. Pada dasarnya, perusahaan juga perlu mengetahui sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa yang diberikan perusahaan serta hal-hal apa saja yang harus diperbaiki agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan jasa perusahaan secara lebih terperinci. Pengukuran tingkat kepuasan pelayanan jasa perusahaan pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *service quality* atau *servqual*. *Service quality* (kualitas layanan) adalah ukuran seberapa besar suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan (Lewis and Booms, 1983). Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan memberikan usulan perbaikan kepada perusahaan untuk mencapai tingkat pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dan merancang strategi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan memberikan usulan perbaikan kepada perusahaan untuk mencapai tingkat pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan dan merancang strategi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat terpenuhi.

1.4 Pembatasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini, yaitu:

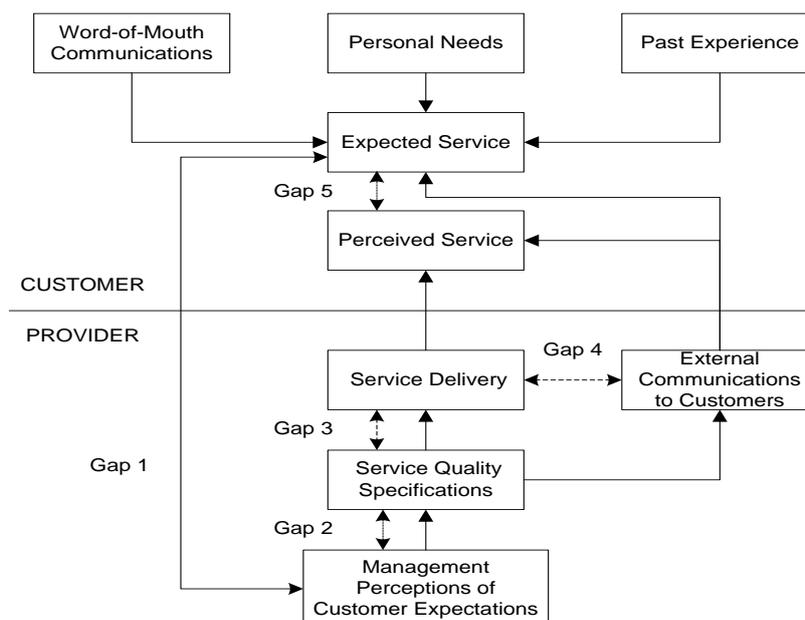
1. Gap yang digunakan pada penelitian ini, yaitu gap 5, gap 1, gap 2, dan gap 3.
2. Responden adalah pelanggan yang minimal telah 1 (satu) kali datang untuk melakukan *service* kendaraan bermotor.
3. Kuesioner *statements to measure antecedents* hanya disebarikan kepada 1 (satu) orang manajer dan 1 (satu) orang karyawan.

2. STUDI LITERATUR

Service quality (kualitas layanan) adalah ukuran tingkat kepuasan suatu layanan menemui kecocokan dengan harapan pelanggan (Lewis and Booms, 1983). Terdapat lima dimensi *servqual* sebagai berikut (Parasuraman, dkk., 1998):

1. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Model konseptual *SERVQUAL*:



Gambar 1. Model Konseptual *Servqual*
Sumber: Zeithaml, et al (1990)

3. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini tahapan-tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian
Tahap awal dari penelitian yang dilakukan adalah tahap perumusan masalah, yakni merumuskan masalah yang sedang dihadapi berdasarkan latar belakang penelitian. Tujuannya untuk mengidentifikasi masalah memberikan informasi mengenai hal-hal apa saja yang dapat diperbaiki oleh perusahaan untuk mencapai dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Studi Literatur
Studi literatur merupakan teori-teori yang dijadikan acuan pada penelitian ini.
3. Penentuan Metode Penelitian
Metode penelitian yang digunakan pada penelitian kualitas jasa di bengkel Yamaha Cicadas adalah metode *service quality (servqual)*.
4. Identifikasi Karakteristik Jasa
Atribut-atribut kualitas pelayanan yang digunakan pada bengkel Yamaha Cicadas mengacu pada lima dimensi *servqual* (Parasuraman, dkk., 1998), yaitu berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), dan empati (*empathy*).
5. Identifikasi Karakteristik Responden
Responden yang digunakan sebagai sampel adalah pelanggan yang sedang melakukan *service* motor, manajemen bengkel, dan karyawan bengkel di *dealer* Yamaha Cicadas.
6. Desain Sampling
Penentuan ukuran sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena ukuran populasi diketahui, yaitu 1200 motor per bulan. Teknik sampling yang digunakan untuk menentukan responden adalah teknik *convenience sampling*.
7. Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner Penelitian
Penyusunan kuesioner penelitian diawali dengan menentukan atribut-atribut kualitas jasa dan *item-item* pertanyaan berdasarkan studi literatur dari Parasuraman (1990).
8. Pengujian Alat Ukur
Dalam penelitian ini, kuesioner yang sudah diisi oleh responden akan diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum melakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner penelitian.
9. Tahap Pengumpulan Data
Pengumpulan data awalnya dilakukan melalui observasi dan wawancara, selanjutnya menggunakan alat ukur, yaitu kuesioner. Data-data yang dikumpulkan akan disusun dalam bentuk matriks data mentah.
10. Pengolahan Data
Pengolahan data dilakukan setelah seluruh data-data yang dibutuhkan terkumpul dengan beberapa perhitungan, antara lain perhitungan rata-rata nilai setiap *item* pertanyaan dari kuesioner pendahuluan (tingkat kepentingan), perhitungan gap 5, perhitungan bobot kepentingan dengan gap 5, perhitungan gap 1, perhitungan gap 2, dan perhitungan gap 3.
11. Analisis Gap Keseluruhan
Analisis masalah berisi hasil-hasil pengolahan data disertai dengan pembahasan analisis masalah yang berkaitan dengan kualitas jasa yang disampaikan bengkel di *dealer* Yamaha Cicadas kepada konsumen beserta usulan perbaikan yang perlu dilakukan bengkel di *dealer* Yamaha Cicadas tersebut.
12. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini merupakan jawaban dari tujuan penelitian dan pemberian saran kepada pihak perusahaan terhadap kualitas pelayanan *service* kendaraan bermotor di bengkel Yamaha Cicadas.

4. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pengumpulan dan pengolahan data terdiri dari:

1. Perhitungan Rata-rata Nilai Setiap *Item* Pertanyaan dari Kuesioner Pendahuluan (Tingkat Kepentingan)

Kuesioner pendahuluan (tingkat kepentingan) dibagikan kepada 30 responden, yaitu para pelanggan yang melakukan *service* kendaraan bermotor di bengkel Yamaha Cicadas. Perhitungan rata-rata nilai setiap *item* pertanyaan dari kuesioner pendahuluan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Perhitungan Rata-rata Nilai Setiap Item Pertanyaan dari Kuesioner Pendahuluan

Responden	Atribut							
	A1	A2	A3	A37	A38	A39
R1	3	4	4			3	3	3
R2	4	4	4			4	3	4
R3	3	4	3			3	3	4
...								
R29	3	3	3			3	4	4
R30	3	3	3			2	2	3
Jumlah	103	107	102			92	98	103
Rata-rata	3,433	3,567	3,400			3,067	3,267	3,433

2. Perhitungan Gap 5 (Kesenjangan Antara Persepsi Konsumen dengan Ekspektasi Konsumen). Perhitungan gap 5 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan Gap 5

No. Pertanyaan	No. Atribut	Rata-rata Persepsi Konsumen	Rata-rata Ekspektasi Konsumen	Gap 5 (Rata-rata Persepsi - Rata-rata Ekspektasi)
1	17	3,538	3,538	0,000
2	12	3,505	3,505	0,000
3	27	3,323	3,312	0,011
4	16	3,194	3,441	-0,247
5	22	3,398	3,452	-0,054
6	23	3,484	3,441	0,043
7	30	3,462	3,473	-0,011
8	14	3,462	3,441	0,022
9	25	3,419	3,495	-0,075
10	29	3,376	3,387	-0,011
11	2	3,258	3,344	-0,086
12	11	3,376	3,441	-0,065
13	13	3,333	3,355	-0,022
14	28	3,215	3,452	-0,237
15	4	3,097	3,430	-0,333
16	35	3,452	3,430	0,022
17	8	3,312	3,312	0,000
18	1	3,011	3,355	-0,344
19	39	3,462	3,323	0,140
Rata-rata				-0,066

3. Perhitungan Bobot Kepentingan

Data perhitungan bobot kepentingan diperoleh dari kuesioner utama tingkat kepentingan sebanyak 93 responden, yaitu para pelanggan yang melakukan *service* kendaraan bermotor di bengkel Yamaha Cicadas. Perhitungan bobot kepentingan dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan Bobot Kepentingan

Responden	Atribut							
	A1	A2	A3	A17	A18	A19
R1	4	3	3			3	3	3
R2	4	3	4			4	4	4
R3	3	3	3			3	3	4
...								
R92	3	4	4			4	4	4
R93	3	3	4			4	3	3
Jumlah	334	318	328			325	311	314
Rata-rata	3,591	3,419	3,527			3,495	3,344	3,376
Bobot Kepentingan	0,055	0,052	0,054			0,053	0,051	0,052

4. Perhitungan Gap 5 Dengan Bobot Kepentingan
Perhitungan gap 5 dengan bobot kepentingan dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Perhitungan Gap 5 Dengan Bobot Kepentingan

No. Pertanyaan	No. Atribut	Gap 5	Bobot Kepentingan	Gap 5 × Bobot Kepentingan
1	17	0,000	0,055	0,000
2	12	0,000	0,052	0,000
3	27	0,011	0,054	0,001
4	16	-0,247	0,054	-0,013
5	22	-0,054	0,052	-0,003
6	23	0,043	0,054	0,002
7	30	-0,011	0,053	-0,001
8	14	0,022	0,054	0,001
9	25	-0,075	0,053	-0,004
10	29	-0,011	0,051	-0,001
11	2	-0,086	0,052	-0,004
12	11	-0,065	0,052	-0,003
13	13	-0,022	0,050	-0,001
14	28	-0,237	0,053	-0,013
15	4	-0,333	0,052	-0,017
16	35	0,022	0,052	0,001
17	8	0,000	0,053	0,000
18	1	-0,344	0,051	-0,018
19	39	0,140	0,052	0,007

5. Perhitungan Gap 1 (Kesenjangan Antara Persepsi Manajemen Mengenai Ekspektasi Konsumen dengan Ekspektasi Konsumen). Perhitungan gap 1 dapat dilihat di Tabel 5.
6. Perhitungan Rata-rata Gap 2 (*Standard Performance*) untuk Pihak Manajemen
Perhitungan gap 2 untuk pihak manajemen dapat dilihat pada Tabel 6 dan Tabel 7.
7. Perhitungan Gap 3 (*Service Delivery*) untuk Karyawan
Perhitungan gap 3 untuk karyawan dapat dilihat pada Tabel 8 dan Tabel 9.

5. ANALISIS

5.1 Analisis Penyebaran Kuesioner Pendahuluan

Penyebaran kuesioner pendahuluan bertujuan untuk menyeleksi atribut-atribut yang rata-ratanya lebih besar sama dengan 3,433 yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan

mereduksi atribut-atribut yang rata-ratanya kurang dari 3,433. Dari 39 atribut kualitas jasa yang dibuat, 20 diantaranya direduksi, sehingga jumlah atribut yang dianggap penting sebanyak 19 atribut.

Tabel 5. Perhitungan Gap 1

No. Pertanyaan	No. Atribut	Rata-rata Persepsi Manajemen Mengenai Ekspektasi Konsumen	Rata-rata Ekspektasi Konsumen	Gap 1
1	17	4	3,538	0,462
2	12	4	3,505	0,495
3	27	4	3,312	0,688
4	16	4	3,441	0,559
5	22	4	3,452	0,548
6	23	4	3,441	0,559
7	30	4	3,473	0,527
8	14	4	3,441	0,559
9	25	4	3,495	0,505
10	29	4	3,387	0,613
11	2	4	3,344	0,656
12	11	4	3,441	0,559
13	13	4	3,355	0,645
14	28	4	3,452	0,548
15	4	4	3,430	0,570
16	35	4	3,430	0,570
17	8	4	3,312	0,688
18	1	4	3,355	0,645
19	39	4	3,323	0,677

Tabel 6. Perhitungan Rata-Rata Gap 2 untuk Pihak Manajemen

Responden	Atribut																		
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19
MI	2	4	4	0	4	2	0	4	0	4	4	4	4	4	4	2	4	0	4
Jumlah	2	4	4	0	4	2	0	4	0	4	4	4	4	4	4	2	4	0	4
Rata-rata	2	4	4	0	4	2	0	4	0	4	4	4	4	4	4	2	4	0	4

Tabel 7. Perhitungan Gap 2 Untuk Pihak Manajemen

No. Pertanyaan	No. Atribut	Manajemen		
		Nilai Rata-rata	Nilai Ideal	Gap 2
1	17	2	4	-2
2	12	4	4	0
3	27	4	4	0
4	16	0	4	-4
5	22	4	4	0
6	23	2	4	-2
7	30	0	4	-4
8	14	4	4	0
9	25	0	4	-4
10	29	4	4	0
11	2	4	4	0
12	11	4	4	0
13	13	4	4	0
14	28	4	4	0
15	4	4	4	0
16	35	2	4	-2
17	8	4	4	0
18	1	0	4	-4
19	39	4	4	0

Tabel 8. Perhitungan Rata-Rata Gap 3 untuk Karyawan

Responden	Atribut																		
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19
K1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
K2	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4
K3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
K4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
K5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
K6	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
K7	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
K8	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
K9	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
K10	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4
K11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Jumlah	44	38	44	38	38	41	44	44	41	41	44	38	38	41	41	44	44	41	44
Rata-rata	4,000	3,455	4,000	3,455	3,455	3,727	4,000	4,000	3,727	3,727	4,000	3,455	3,455	3,727	3,727	4,000	4,000	3,727	4,000

5.2 Analisis Gap Keseluruhan

Analisis gap keseluruhan dilakukan untuk mengetahui penyebab terjadinya kesenjangan yang mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Analisis gap dimulai dari analisis gap 5 sampai dengan gap 3. Atribut-atribut bernilai negatif di gap 5 dianalisis pada gap 1. Nilai gap 1 untuk atribut-atribut bernilai negatif di gap 5 adalah positif, artinya pihak manajemen sudah menyadari harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Dengan demikian, gap 1 bukan merupakan penyebab terjadinya gap 5. Selanjutnya dilakukan analisis pada gap 2. Nilai gap 2 pada atribut 16, 30, 25, dan 1 adalah negatif, hal tersebut menyatakan bahwa persepsi manajemen untuk atribut-atribut tersebut belum sesuai dengan standar yang ada dalam perusahaan. Dengan demikian, gap 2 merupakan salah satu penyebab terjadinya gap 5. Sedangkan, nilai gap 3 pada atribut 16, 22, 25, 29, 11, 13, 28, 4, dan 1 adalah negatif, hal tersebut menyatakan bahwa karyawan belum memberikan pelayanan sesuai dengan standar yang ada dalam perusahaan secara konsisten. Dengan demikian, gap 3 merupakan salah satu penyebab terjadinya gap 5.

Tabel 9. Perhitungan Gap 3 untuk Karyawan

No. Pertanyaan	No. Atribut	Karyawan		
		Nilai Rata-rata	Nilai Ideal	Gap 3
1	17	4,000	4	0,000
2	12	3,455	4	-0,545
3	27	4,000	4	0,000
4	16	3,455	4	-0,545
5	22	3,455	4	-0,545
6	23	3,727	4	-0,273
7	30	4,000	4	0,000
8	14	4,000	4	0,000
9	25	3,727	4	-0,273
10	29	3,727	4	-0,273
11	2	4,000	4	0,000
12	11	3,455	4	-0,545
13	13	3,455	4	-0,545
14	28	3,727	4	-0,273
15	4	3,727	4	-0,273
16	35	4,000	4	0,000
17	8	4,000	4	0,000
18	1	3,727	4	-0,273
19	39	4,000	4	0,000

5.3 Usulan Perbaikan Kualitas Jasa Pelayanan

5.3.1 Usulan Perbaikan Kualitas Jasa Pelayanan di Bengkel Yamaha Cicadas

Kesenjangan pada kualitas jasa pelayanan di bengkel Yamaha Cicadas masih dapat diperbaiki untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan yang melakukan *service* kendaraan bermotor. Oleh sebab itu, diperlukan beberapa usulan perbaikan yang dapat diimplementasikan pada perusahaan. Usulan-usulan perbaikan tersebut diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengevaluasi dan memperbaiki performansi perusahaan dalam melayani pelanggan.

5.3.2 Rekapitulasi Analisis dan Usulan Gap Keseluruhan

Rekapitulasi dan analisis gap keseluruhan dapat dilihat pada Tabel 10.

5.3.3 Prioritas Peningkatan Kualitas Jasa Pelayanan

Ada 4 (empat) atribut kualitas jasa yang memiliki nilai gap 5 dengan bobot kepentingan terbesar adalah atribut tersedianya tempat parkir yang memadai, memiliki ruang tunggu yang bersih (kelembaban udara, sirkulasi udara, serta pencahayaan), harga sesuai dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan, dan tersedia *spare part*/suku cadang motor yang lengkap. Atribut-atribut tersebut penting untuk diperbaiki. Jika keempat atribut tersebut diperbaiki kemungkinan kepuasan pelanggan dapat meningkat sehingga pelanggan dapat loyal kepada perusahaan, yaitu selalu melakukan *service* kendaraan bermotor di bengkel Yamaha Cicadas.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Pengolahan data menunjukkan mayoritas penyebab utama terjadinya kesenjangan pada atribut-atribut kualitas jasa yang diamati berasal dari gap 3, yaitu kesenjangan antara *standard performance* dengan *service delivery* yang diberikan perusahaan. Walaupun pihak manajemen sudah memahami bahkan melampaui harapan pelanggan, standar-standar sudah disusun dengan jelas dan direalisasikan, namun, pada pelaksanaannya perusahaan kesulitan untuk mencapai standar secara konsisten.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Berdasarkan Hasil Penelitian

Saran perbaikan untuk perusahaan berdasarkan hasil penelitian adalah pihak perusahaan (bengkel di *dealer* Yamaha Cicadas) sebaiknya mempertimbangkan usulan-usulan yang terdapat pada Tabel 10.

6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Saran yang penulis berikan untuk penelitian selanjutnya dengan topik *servqual*, antara lain:

1. Penelitian dilakukan di beberapa bengkel Yamaha di Bandung sehingga data dari masing-masing bengkel di *dealer* Yamaha dapat dibandingkan.
2. Gap 4, yaitu gap antara penyelenggaraan pelayanan dengan komunikasi eksternal harus diukur. Kemungkinan penyebab terjadinya kesenjangan pada atribut-atribut kualitas jasa berasal dari gap 4.
3. Responden adalah pelanggan yang minimal telah 2 (dua) kali datang untuk melakukan *service* kendaraan bermotor.
4. Secara wajar menanyakan kepada *ex-customers*. *Ex-Customers* dijadikan responden penelitian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para penulis menyampaikan terima kasih kepada Pihak bengkel di *dealer* Yamaha Cicadas, khususnya Bapak Johnny Budiyuwowo yang sudah banyak membantu dalam memberikan informasi dan masukan dalam penelitian ini.

Tabel 10. Rekapitulasi Dan Analisis Gap Keseluruhan

No. Atribut	Atribut	Gap 5	Gap 1	Gap 2	Gap 3	Kuesioner yang Mempengaruhi	No. Usulan	
17	Memberikan hasil perbaikan motor yang memuaskan (kualitas perbaikan motor terjamin; kerusakan motor teratasi dan motor lancar digunakan)	0,000				Sesuai harapan pelanggan		
12	Perbaikan yang dilakukan teknisi sesuai dengan masalah/kerusakan yang terjadi pada motor pelanggan	0,000				Sesuai harapan pelanggan		
27	Menjamin keaslian <i>spare part</i> yang dipasangkan pada motor	0,011				Melebihi harapan pelanggan		
16	Tersedia <i>spare part</i> /suku cadang motor yang lengkap	-0,247	0,559	-4	Penyebabnya standar perusahaan tidak jelas (tidak tertulis, tidak dikomunikasikan kepada karyawan, dan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan)	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 2 No. 11, 15, dan 16 (Zeithaml, et al, 1990)	Membuat standar tertulis, jelas, dikomunikasikan kepada karyawan, serta sesuai dengan ekspektasi pelanggan untuk setiap atribut kualitas jasa yang diamati dalam penelitian ini.	
22	Teknisi terampil dalam melakukan perbaikan motor dan mengganti <i>spare part</i> motor	-0,054	0,548	0		-0,545	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 3 No. 9 dan 20 (Zeithaml, et al, 1990)	Melakukan pengukuran secara berkala agar perusahaan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan; perusahaan sebaiknya memiliki tujuan dan target yang jelas agar perusahaan mampu bersaing dengan para kompetitor; dan memperbaiki cara penyampaian jasa supaya pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.
23	Hasil pekerjaan perbaikan motor yang dilakukan teknisi rapi	0,043				Melebihi harapan pelanggan		
30	Memberikan rasa aman kepada pelanggan terhadap hasil pekerjaan perbaikan motor	-0,011	0,527	-4	Penyebabnya standar perusahaan tidak jelas (tidak tertulis, tidak dikomunikasikan kepada karyawan, dan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan)	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 2 No. 11, 15, dan 17 (Zeithaml, et al, 1990)	Membuat standar tertulis, jelas, dikomunikasikan kepada karyawan, serta sesuai dengan ekspektasi pelanggan untuk setiap atribut kualitas jasa yang diamati dalam penelitian ini.	
14	Memperlakukan motor dengan baik saat dilakukan perbaikan	0,022				Melebihi harapan pelanggan		
25	Pegawai (kepala bengkel, teknisi, bagian <i>front office</i> , dan bagian pembayaran) bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan	-0,075	0,505	-4	Penyebabnya standar perusahaan tidak jelas (tidak tertulis, tidak dikomunikasikan kepada karyawan, dan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan)	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 2 No. 10, 13, dan 15 (Zeithaml, et al, 1990)	Membuat standar tertulis, jelas, dikomunikasikan kepada karyawan, serta sesuai dengan ekspektasi pelanggan untuk setiap atribut kualitas jasa yang diamati dalam penelitian ini.	
29	Memberikan rasa aman kepada pelanggan terhadap kendaraan dan isinya di dalam bengkel (misalnya, terdapat tempat penitipan helm)	-0,011	0,613	0		-0,273	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 3 No. 11, 16, dan 17 (Zeithaml, et al, 1990)	
2	Memiliki area perbaikan motor yang memadai	-0,086	0,656	0		0,000	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 3 No. 16 dan 17 (Zeithaml, et al, 1990)	Melakukan pengukuran secara berkala agar perusahaan mengetahui tingkat kepuasan pelanggan; perusahaan sebaiknya memiliki tujuan dan target yang jelas agar perusahaan mampu bersaing dengan para kompetitor; dan memperbaiki cara penyampaian jasa supaya pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan.
11	Adanya pemeriksaan awal pada motor (seperti pemeriksaan tekanan ban motor, pemeriksaan klakson, pemeriksaan lampu, pemeriksaan kelistrikan, dll.)	-0,065	0,559	0		-0,545	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 3 No. 20 (Zeithaml, et al, 1990)	
13	Teknisi cepat dan teliti dalam menyelesaikan perbaikan motor	-0,022	0,645	0		-0,545	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 3 No. 16 dan 17 (Zeithaml, et al, 1990)	
28	Harga sesuai dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan	-0,237	0,548	0		-0,273	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 3 No. 16 dan 17 (Zeithaml, et al, 1990)	
4	Memiliki ruang tunggu yang bersih (kelembaban udara, sirkulasi udara, serta pencahayaan)	-0,333	0,570	0		-0,273	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 3 No. 16 dan 17 (Zeithaml, et al, 1990)	
35	Informasi kerusakan dan perbaikan yang disampaikan teknisi jelas dan mudah dimengerti	0,022				Melebihi harapan pelanggan		
8	Peralatan untuk perbaikan yang ada di bengkel lengkap dan masih layak pakai	0,000				Sesuai harapan pelanggan		
1	Tersedia tempat parkir yang memadai	-0,344	0,645	-4	Penyebabnya standar perusahaan tidak jelas (tidak tertulis, tidak dikomunikasikan kepada karyawan, dan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan)	Kuesioner <i>statements to measure antecedents</i> gap 2 No. 15 dan 16 (Zeithaml, et al, 1990)	Membuat standar tertulis, jelas, dikomunikasikan kepada karyawan, serta sesuai dengan ekspektasi pelanggan untuk setiap atribut kualitas jasa yang diamati dalam penelitian ini.	
39	Teknisi membersihkan oli atau cairan pada saat proses <i>service</i> pada motor setelah perbaikan motor dilakukan	0,140				Melebihi harapan pelanggan		

REFERENSI

Arikunto, Suharsimi., *Prosedur Penelitian*, Cetakan Sembilan, PT.Rineka Cipta, Jakarta, 1993.
 Gaspersz, Vincent, *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*, Penerbit, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997.

Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid Satu, Prenhallindo, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan Keempat. Jakarta:Salemba Empat.

Nasir, Moh., *Metode Penelitian*, Cetakan Ketiga, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1998.

Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran*. Cetakan Satu. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rangkuti, Freddy., *The Power of Brands*, cetakan pertama, PT. Gramedia Pustaka Umum, Jakarta, 2002.

Singarimbun, Masri, Effendi, Sofian., *Metode Penelitian Survei*, Lembaga Penelitian dan Pendidikan, Penerangan dan Penerangan Ekonomi, Jakarta, 1989.

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Penerbit, CV Alfabeta, Bandung, 1999.

Suliyanto, 2005, *Metode Riset Bisnis*, Andi, Yogyakarta.

Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Cetakan Pertama. Jakarta:PT. RINEKA CIPTA.

Tjiptono, Fandy, 2000, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2001, *Manajemen Jasa*, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorious, 2005, *Service, Quality & Satisfaction*, Andi, Yogyakarta.

Zeithaml, V. A., Leonard L. B., and Parasuraman., 1990, *Delivering Quality Service*, NewYork. Collier Macmilan Publishers, London.