

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI)* DAN *IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)* PADA BENGKEL AUTO2000 ASIA AFRIKA BANDUNG

Amjad Syarif<sup>1</sup>; Arry Widodo<sup>2</sup>

Universitas Telkom, Bandung<sup>1,2</sup>

Email : Amzadsyarif09@gmail.com<sup>1</sup>; arrywie@telkomuniversity.ac.id<sup>2</sup>

## Abstrak

Salah satu perusahaan bengkel resmi yang dimiliki Toyota adalah Auto2000 Asia Afrika Bandung. Kepuasan pelanggan pada Auto2000 Asia Afrika Bandung dikatakan menurun, menurut data jumlah unit *service* berkala di Auto2000 Asia Afrika Bandung pada rentang April 2018 - April 2019 terdapat penurunan jumlah kendaraan yang *service* sebesar 94%. Menunjukkan ada ketidakpuasan dengan mutu pelayanan oleh Auto2000 Asia Afrika Bandung. Tujuan dari penelitian ini mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan dan menganalisis variabel dilakukan perbaikan pada Auto2000 Asia Afrika Bandung.

Penelitian menggunakan metode CSI dan IPA. Populasi yang dipakai yaitu pelanggan yang menikmati *service* Auto2000 Asia Afrika Bandung. Pengambilan sampel dilakukan memakai *NonProbability Sampling* total responden yaitu 100 orang. Kuesioner disebar dan hasilnya kemudian dianalisis tujuannya pada pengetahuan persentase kepuasan serta analisis GAP diolah memakai metode IPA guna mengetahui variabel yang perlu dilakukan perbaikan melalui SPSS 22.

Hasil dari penelitian pada anggapan pemakai jasa pada hasil kerja terkategori baik sebesar 77.31%. dan tingkat kepentingan pada perusahaan dengan kategori baik sebesar 80,21%. Tingkat kepuasan yang diukur melalui CSI mendapat nilai 77,91% yang berarti pelanggan merasa puas, sedangkan pada analisis GAP 15 dari 17 item bernilai negatif maka bisa ditarik kesimpulannya, jika tidak adanya kepuasan konsumen. Dari diagram kartesius ada 5 Aspek yang membutuhkan perbaikan pada peningkatan kepuasan pembeli atas pelayanan Auto2000 Asia Afrika Bandung

Kata Kunci: *Customer Satisfaction Index (CSI)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan

## Abstract

*One of the official workshop companies owned by Toyota is Auto2000 Asia Afrika Bandung. Customer satisfaction in Auto2000 Asia Afrika Bandung is said to decline, according to data Auto2000 Asia Afrika Bandung in the range of April 2018-April 2019 There is a declining number of vehicles service by 94%. This signifies dissatisfaction of customers with the quality service Auto2000 Asia Afrika Bandung. This research aims to know the level of customer satisfaction also analyzing the variables that need improvement in Auto2000 Asia Afrika Bandung.*

*This research uses CSI and IPA methods. The population research is a customer who uses service Auto2000 Asia Afrika Bandung. Sampling was carried out using NonProbability Sampling with the number of respondents as many as 100 people. The results are processed with CSI analysis to determine the level of satisfaction and GAP analysis then reprocessed using the IPA method to know the variables that need to be done improvement through SPSS 22.*

*The results of performance gain a good category with 77.31%. And interest rates on companies with a good category by 80.21%. The level of satisfaction measured through CSI gets a value of 77.91% which means customers are satisfied, while on GAP analysis 15 of 17 items are negative, it can be concluded that the consumer has not been satisfied. In Cartesian diagram there are 5 aspects that must be improved to improve consumer satisfaction over the quality of service of the company Auto2000 Asia Afrika Bandung*

*Keywords: Constomer Satisfaction Index (CSI), Importance Performance Analysis (IPA), Costumer Satisfaction, Service Quality*

## PENDAHULUAN

Toyota merupakan merek mobil yang mencatatkan angka penjualan yang cukup fantastis, yakni 331.797 unit secara keseluruhan pada tahun 2019. Namun dibalik angka tentunya Toyota memiliki bengkel resmi (*Authorized*), hal ini dikarenakan penjualan kendaraan roda empat dengan keberagaman yang ditawarkan, menyebabkan minat dari pembeli pada perawatan dan pemeliharaan kendaraan.

Salah satu perusahaan bengkel resmi yang dimiliki Toyota adalah Auto2000 Asia Afrika Bandung. Pada ajang Toyota Dealer Convention 2018, terdapat suatu hal yang unik dari perhelatan tersebut, gelar *The Best Service Advisor* dan gelar *The Best Foreman* dari 4 petugas yang mendapat gelar tersebut, 3 diantaranya diraih oleh petugas Auto2000 wilayah Bandung (kabaroto.com, 2019). Hal ini menjadi indikasi bahwa Auto2000 wilayah Bandung mampu memperoleh kepuasan pelanggan sehingga mendominasi penghargaan tersebut, penghargaan *The Best Service Advisor* dan *The Best Foreman* merupakan penghargaan memiliki korelasi dengan mutu pelayan petugas pada para pelanggannya. Dikatakan oleh Goeth, (2016:51) yang menyebutkan jika kualitas pelayanan ialah keadaan yang dapat berubah yang terkait pada suatu produk, dengan pemenuhannya sesuai dengan ekspektasi.

Dapat disimpulkan jika kualitas mempunyai korelasi terkait dengan tingkat kepuasan pemakai jasa, menjadi salah satu yang krusial pada pemakai jasa guna membandingkan kualitasnya dengan pesaing. Kualitas Pelayanan atau SERVQUAL yaitu tangibles, empathy, responsiveness, reliabilty dan assurance, kualitas pelayanan itu sendiri merupakan konsep pembeda dari apa yang dipikirkan pemakai jasa pada hasil kerja layanan. SERVQUAL tersebut

merupakan atribut yang sering digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan (Parasuaraman dalam Dharmmesta & Syahlani, 2017).

Namun nyatanya tingkat kepuasan ini dikatakan menurun, menurut data jumlah unit *service* berkala, rentang April 2018 - April 2019 terdapat penurunan jumlah kendaraan yang *service* sebesar 94%. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1. Bisa diperhatikan tidak puasnya pemakai jasa dengan *service* oleh Auto2000 Asia Afrika Bandung, maka dari itu perlu adanya penelitian mengenai fenomena tersebut agar senantiasa merasanya puas, butuhnya peningkatan.

Pendalaman pemahaman oleh Suhendra & Prasetyanto (2016) mengatakan jika kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas ialah hal yang krusial untuk jadi fokus perhatian dari pengelola maupun pemilik sebuah organisasi agar tetap berkembang. Parasuraman dalam Chandra (2019) menyebutkan jika SERVQUAL didirikan atas adanya perbandingan yaitu persepsi dari pemakai jasa serta apa yang diberikan kenyataan sesungguhnya.

Perbedaan persepsi yang dirasakan oleh para pengguna pengguna menjadi inti masalah dari penelitian, digunakan pendekatan Importance Performance Analysis (IPA) (Suhendra & Prasetyanto, 2016). Metode ini menampilkan informasi terkait dengan penyebab pelayanan yang sangat berdampak pada kepuasan pemakainya, serta pengetahuan tentang penyebabnya tersebut menurut pemakai yang diperlukan pada peningkatan dengan keadaan saat ini, yang sangat krusial bagi pemakai jasa.

Selain itu, terdapat juga penelitian Kualitas pelayanan bank dengan menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA) terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan lima dimensi Service Quality yaitu assurance, reliability, tangibility, empathy, dan responsiveness sehingga dari dimensi tersebut telah diketahui menjadi referensi bagi pemakai pada pertimbangan mutu pelayanan bank di Surakarta (Yudi, 2015).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Chandra (2019) memaparkan jika untuk mengetahui kualitas pelayanan optik di Jakarta, memakai metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Peneliti bisa mengetahui tingkatan kepuasan dari pemakai jasa oleh optik Jakarta di pekanbaru dan mutu dari hal apa saja yang perlu ditingkatkan guna menyokong usaha memperbaiki pelayanannya.

Menimbang latar belakang yang sudah disampaikan sebelumnya, penelitian akan dilakukan dengan menggunakan pendekatan metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). CSI adalah metode pengukuran pada penentuan tingkatan hal yang penting pada tingkatan kepuasan pemakai jasa yang bisa diukur (Syukri, 2014). Adapun pemilihan metode CSI berdasarkan studi komparasi yang peneliti lakukan dengan jurnal-jurnal penelitian yang sejenis. Dalam jurnal nasional baik internasional, dominan para peneliti sebelumnya menggunakan CSI untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Lebih lanjut untuk dapat memberikan informasi yang lebih detail, dalam penelitian memakai pendekatan metode Importance Performance Analysis (IPA). Keunggulan metode ini bukan hanya pengujian item, tetapi pada hal yang paling krusial yaitu kepuasan pelanggan. Dengan menggunakannya, dapat memperlihatkan mutu pelayanan yang menjadi tolak ukur bagi pihak manajemen perusahaan.

Maka dari keseluruhan fenomena serta penjelasan latar belakang tersebut peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan menggunakan metode *Customer Satisfaction Indeks (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* pada bengkel Auto2000 Asia Afrika cabang Bandung”**.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Pemasaran (*Marketing*)**

*The American Marketing Association* dalam Kotler dan Keller (2016:27) menjelaskan “*marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and society at large.*” Maknanya, bahwa marketing ialah fase pada pembuatan, pengkomunikasian hingga penyampaian pada pemakai jasa, guna menjadi penilaian dari pemakai jasa.

### **Jasa (*Service*)**

Kotler & Keller dalam Tjiptono & Chandra (2016:13) jasa merupakan perbuatan menawarkan dari individu pada individu lainnya, sifatnya intangible serta bukan untuk tujuan kepemilikan. Gronroos dalam Tjiptono & Chandra (2016:13) jasa merupakan fase dengan rangkaian kegiatan biasanya berhubungan dengan pemakai

jasa dan pekerja, dengan penyediaan jalan keluar dari permasalahan yang dialami pemakai jasa.

### **Kualitas Layanan (*Service Quality*)**

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2016:125) mengartikan jika kualitas jasa sebagai tolak ukur bagusnya pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan. Kualitas tersebut bisa direalisasikan dengan pemenuhan apa yang dibutuhkan pemakai jasa, dengan dua sebab yang krusial menurut Parasuraman (2016:125).

Tjiptono dan Chandra (2016:15) mengidentifikasi 5 GAP kesenjangan pada kualitas pelayanan, hal tersebut ialah:

- 1) Kesenjangan antara apa yang diharapkan dengan persepsi manajemen (Knowledge Gap)
- 2) Kesenjangan antara anggapan manajemen dengan yang dipikirkan oleh pemakai jasa yang menyangkut mutunya (Standard Gap)
- 3) Kesenjangan mutu dengan yang disampaikan jasa (Delivery Gap)
- 4) Kesenjangan antara yang disampaikan dengan relasi eksternal (Communication Gap)
- 5) Kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan yang diinginkan (Service Gap)

Parasuraman, Zeithamal dan Berry (2016:137) menyebutkan dimensi serta atribut model SERVQUAL antara lain :

- 1) *Tangible* (Bukti Fisik), terkait dengan ketertarikan dari pelayanan ataupun kelengkapan dari sebuah organisasi, serta tampilan dari pekerjaanya.
- 2) *Emphaty* (Empati), artinya jika sebuah organisasi paham dengan permasalahan yang dirasakan oleh pemakai jasa, kemudian memberikan pelayanan yang berhubungan dengan kepentingan pemakai jasa, serta pelayanan agar mereka merasa nyaman.
- 3) *Responsiveness* (Daya Tanggap), diartikan sebagai sikap mampu pekerja untuk membantu pemakai jasa dari yang mereka inginkan, dengan estimasi waktu yang cepat.
- 4) *Reliability* (Reliabilitas), terkait dengan kemampuan organisasi pada pemberian layanan yang baik tanpa adanya kesalahan dan sesuai dengan kesepakatan awal.

5. *Assurance* (Jaminan), yaitu sikap pekerja yang berdampak pada keyakinan pemakai jasa pada organisasi, dengan terciptanya rasa aman.

### **Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)**

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) kepuasan yaitu perasaan bahagia ataupun tidak puas yang muncul dengan perbandingan hasil kerja dengan apa yang diinginkan. Jika hal tersebut tidak ada kesesuaian, maka pemakai jasa tidak merasa puas, tetapi jika terpenuhi, akan ada perasaan bahagia.

Menurut Richard L. Oliver dalam Tjiptono & Diana (2015:23) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang maupun kecewa yang diperoleh dari perbandingan hasil kerja dengan apa yang ada dipikirkannya. Seorang pemakai jasa merasa puas atau tidaknya, bergantung pada hasil kerja dan pembandingnya hal yang ia pikirkan. Apabila hasil kerja tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka tidak akan merasa puas dan begitu sebaliknya. Sedangkan hasil kerja yang diluar dari apa yang dipikirkan, akan lebih meningkatkan kepuasan dari pemakai jasa.

### **Kerangka Pemikiran**

Pengetahuan tentang tingkat mutu pelayanan perlu dilaksanakan perbaikan Auto2000 Asia Afrika Bandung pengkaji memakai metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Importance Performance Analysis (IPA). Peneliti bisa mengetahui tingkatan kepuasan konsumen yang telah diberikan, dan mengetahui mutu apa saja yang perlu ditingkatkan yang menyokong usaha dari Auto2000 Cabang Asia Afrika Bandung dan hal apa saja yang tidak memuaskan bagi konsumen, artinya atribut mempunyai tingkatan kepentingan dari konsumen. Bagan dari kerangka pemikiran dapat diperhatikan dari Gambar 1.

## **METODE PENELITIAN**

Didasarkan dari tolak ukur dan penganalisaan, pengkajian ini akan memakai data berupa angka sehingga penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu dilandaskan atas pemikiran positivism, dipakai dengan populasi maupun sampel, pengumpulan datanya dengan instrument dan hipotesa yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:23). Jenis penelitian ini berdasarkan tujuan termasuk dalam penelitian deskriptif. Menurut Indrawati, penelitian deskriptif biasanya dilaksanakan

saat telah diketahuinya hubungan yang menjadi penyebab dan variabel sebagai pengukurnya (Indrawati, 2015). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. (Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W., 2017:94)

Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Menguji validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian maka dilakukan pre-test dengan melibatkan 30 responden. Dengan menggunakan bantuan Microsoft Office Excel versi 2013, diketahui jika keseluruhannya dinyatakan valid dan reliabel. Teknik penganalisaan dipakai yaitu analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI), *GAP analysis* dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software spss versi 22 for windows dan Microsoft Office Excel 2013.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Sugiyono (2018:53) memaparkan jika analisis deskriptif merupakan teknik penganalisaan data memakai cara dideskripsikan ataupun menjelaskan sumber yang telah dikumpulkan dimaksud pada pembuatan kesimpulan secara universal. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, skor total untuk variabel tingkat kepentingannya sebesar 80,20% dengan kategori baik sedangkan skor total untuk variabel *service quality* pada tingkat kinerja sebesar 77,31% dengan kategori baik.

### *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Untuk mengetahui nilai CSI maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \quad (3.2)$$

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \quad (3.3)$$

Dimana:

- n : Total responden  
 Y<sub>i</sub> : Skor Atribut Importance  
 X<sub>i</sub> : Skor Atribut Performance



2. Membuat *Weight Factors* (WF). Bobot ini merupakan presentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh atribut.

$$WF_i = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} p \quad (3.4)$$

3. Membuat *Weight Score* (WSk) tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan MSS
4. Menentukan *Customer Satisfaction Index*. Nilai CSI diperoleh dengan menggunakan persamaan:

$$CSI = \frac{\sum_{k=1}^p WSi}{HS} \times 100\% \quad (3.5)$$

Dimana HS (Highest Scale) = skala maksimum yang digunakan. Berikut adalah hasil dari perhitungan analisis CSI yang telah dilakukan bisa dilihat di Tabel 2. Setelah dilakukan perhitungan CSI sebagaimana ditampilkan pada Tabel 2, nilai CSI sebesar 77,91 %. Persentase tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berada dalam rentang kategori puas ( $60\% < x \leq 80\%$ ; puas). Akan tetapi, sebaiknya pihak Auto2000 Asia Afrika Bandung memperbaiki mutu Auto2000 Asia Afrika Bandung agar pelanggan merasakan kepuasan pada hasil kerja dengan menyeluruh. Masih adanya 22,09% tidak puasnya pelanggan. Pihak Auto2000 Asia Afrika Bandung butuh meningkatkan rasa puas dari pemakai jasa mereka.

### **Analisis Kesenjangan (GAP Analysis)**

Kesenjangan (gap) yang bernilai negatif mengindikasikan perlu adanya tindakan perbaikan kualitas pelayanan dari pihak perusahaan. Berikut adalah analisis kesenjangan pada Auto2000 Asia Afrika Bandung yang ditunjukkan pada Tabel 3. Berdasarkan analisis kesenjangan (gap) yang dilakukan diatas dapat dilihat bahwa terdapat 1 item yang bernilai gap positif yakni pada item P7 dengan nilai gap sebesar 0,07 ini artinya bahwa kinerja pelayanan perusahaan Auto2000 Asia Afrika Bandung sudah melebihi harapan pelanggannya sehingga pelanggan merasa puas akan hal tersebut, terdapat juga 1 item yang bernilai gap 0 yakni pada item P13 yang artinya kinerja perusahaan Auto2000 Asia Afrika Bandung pada item tersebut sudah sesuai dengan harapan pelanggannya. Lalu sisa item berikutnya yang berjumlah sekitar 15 item bernilai negatif, artinya kinerja pelayanan perusahaan belum memenuhi harapan pelanggannya, atau dengan kata lain pelanggan belum puas atas kualitas pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, perusahaan Auto2000 Asia Afrika Bandung perlu merancang perbaikan kualitas



pelayanan menggunakan metode analisis IPA, yang mana analisis IPA berguna untuk menentukan sebuah skala prioritas yang menunjukkan pada item-item tertentu untuk dapat segera ditingkatkan dan dapat dipertahankan oleh perusahaan guna meningkatkan atau mempertahankan sebuah kepuasan konsumen di perusahaan tersebut.

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

Dengan menggunakan aplikasi program SPSS 22 didapat hasil pemetaan data pada empat kuadran diagram kartesius. Diagram kartesius IPA diatas terbagi dalam 4 (empat) kuadran yaitu : Kuadran I, *Importance* tinggi sedangkan *performance* rendah, Kuadran II *importance tinggi* sedangkan *performance* juga tinggi, Kuadran III *importance* rendah sedangkan *performance* juga rendah dan Kuadran IV *importance* rendah sedangkan *performance* tinggi. Interpretasi dari diagram kartesius pada Gambar 2 adalah sebagai berikut:

#### a. Kuadran I

Pertanyaan yang masuk di kuadran yaitu atribut yang perlunya peningkatan hal yang diprioritaskan yaitu karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan, yang bisa diandalkan dengan kecepatan yang baik, memiliki pengetahuan yang baik, pelanggan bisa percaya dengan service yang diberikan.

#### b. Kuadran II

Item-item pernyataan disediakan cukup beragam, Jam operasional perusahaan sudah memiliki waktu yang sesuai, Karyawan tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan, Karyawan bersedia membantu para pelanggannya, Karyawan bersedia merespon permintaan pelanggannya dan Perusahaan memiliki reputasi yang baik.

#### c. Kuadran III

Item-item pernyataan rendah yaitu : Desain interior ruang tunggu terlihat menarik, Ruang tunggu memiliki fasilitas yang lengkap, Penampilan Karyawan cukup menarik, Pengertian terhadap pelanggan dengan memahami kebutuhan pelanggan, Hasil service sesuai dengan yang diinginkan pemakai jasa.

#### d. Kuadran IV

Item-item pernyataan yang tidak terlalu krusial di mata pelanggan yaitu Ketepatan waktu service sesuai dengan estimasi yang diberikan.

## PEMBAHASAN

### 1. Analisis Deskriptif

Berdasarkan pada hasil rekapitulasi tanggapan responden terhadap service quality Auto2000 Asia Afrika Bandung berdasarkan kepentingan dan kinerja dapat dilihat adanya gap antara tingkat kepentingan pelanggan dengan kinerja Auto2000 Asia Afrika Bandung, gap tersebut bernilai sebesar 2,89% (tingkat kepentingan sebesar 82,20% dan tingkat kinerja sebesar 77,31%). Jika dilihat, rata-rata skor tingkat kinerja service quality Auto2000 Bandung Asia Afrika berada dibawah. Artinya hasil kerja service quality Auto2000 Asia Afrika Bandung belum dapat memenuhi tingkat kepentingan para pelanggannya, sehingga diperlukan adanya peningkatan kinerja service quality di Auto2000 Asia Afrika Bandung dalam memenuhi tingkat kepentingan para pelanggannya agar dapat menimbulkan rasa kepuasan pelanggan di Auto2000 Asia Afrika Bandung.

### 2. *Customer Satisfaction Index (CSI)*

*Customer Satisfaction Index (CSI)* dipakai untuk pengetahuan dari tingkatan rasa puas dengan keseluruhan, melihat dari kepentingan jasa. Didasarkan dari perhitungan penilaian pelanggan di Auto2000 Asia Afrika Bandung ialah sebesar 77,91 %, memperlihatkan kepuasan. Akan tetapi, sebaiknya pihak Auto2000 Asia Afrika Bandung mengusahakan perbaikan pada Auto2000 Asia Afrika Bandung guna mereka merasa puas dengan hasil kerjanya secara menyeluruh. Sebabnya adalah ada 22,09% tidak puas. Oleh sebab itu, pihak Auto2000 Asia Afrika Bandung perlunya perbaikan pada peningkatan kepuasan pemakai jasa.

### 3. Analisis Kesenjangan (*GAP Analysis*)

Selain perhitungan *Customer Satisfaction Index (CSI)*, tidak maksimalnya kualitas pelayanan ini juga dibuktikan dengan adanya gap antara kepentingan dan kinerja terhadap kualitas pelayanan Auto2000 Asia Afrika Bandung yang 15 dari 17 item secara keseluruhan atributnya bernilai negatif. Perbaikan kualitas layanan oleh Auto2000 Asia Afrika Bandung bisa dilaksanakan dengan apa yang didahulukan. Pada perbaikan, oleh Auto2000 Asia Afrika Bandung bisa dilaksanakan dengan step mendasar. Selanjutnya, nilai gap rendah. Perbaikannya dilaksanakan dengan pengharapan pelanggan merasa lebih puas dengan mutu yang diberikan. Dari hal

tersebut, ada perlu peningkatan dari kualitas perusahaan, perbaikan atribut yang dipakai. Salah satu langkah yang diperlukan ialah dengan menggunakan metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA).

#### 4. *Importance Perfomance Analysis* (IPA)

Setelah diketahuinya kepuasan pelanggan di Auto2000 Asia Afrika Bandung melalui CSI, maka untuk menentukan atribut yang sebaiknya dipertahankan guna meningkatkan kualitas pelayanan di Auto2000 Asia Afrika Bandung dilakukan dengan metode IPA.

Berdasarkan analisis IPA telah dilaksanakan atribut perlunya peningkatan hasil kerja agar pelanggan merasa puas yakni Karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan, Karyawan perusahaan bisa dipercaya memiliki pengetahuan yang baik, Pelanggan percaya service dapat ditingkatkan kinerjanya agar tercapainya keinginan. Sedangkan atribut-atribut yang sebaiknya dipertahankan kinerjanya oleh Auto2000 Asia Afrika Bandung agar pelanggan merasa puas yaitu Alat service yang disediakan cukup beragam, Jam operasional perusahaan sudah memiliki waktu yang sesuai, Karyawan tidak melakukan kesalahan dalam memberikan pelayanan, Karyawan bersedia membantu para pelanggannya, Karyawan bersedia merespon permintaan pelanggannya dan Perusahaan memiliki reputasi yang baik dapat dipertahankan oleh Auto2000 Asia Afrika Bandung. Sebaiknya dapat dilakukan sebuah perbaikan karna dilihat secara kinerja nilainya masih dalam kondisi yang belum memuaskan memuaskan yaitu Desain interior ruang tunggu terlihat menarik, Ruang tunggu memiliki fasilitas yang lengkap, Penampilan Karyawan cukup menarik, Pengertian terhadap pelanggan dengan memahami kebutuhan pelanggan, Hasil service dapat dilakukan perbaikan agar membantu meningkatkan perusahaan Auto2000 dalam mencapai kepuasan para konsumennya. Terakhir atribut yang Item tersebut alangkah baiknya jika perusahaan mampu memperbaiki dengan cara menyesuaikan lagi item-item mana yang dicatat sebagai item yang penting dan item yang berlebihan (dikurangi kinerja supaya sesuai dengan porsi) seperti item yang berbunyi “Ketepatan waktu service sesuai dengan estimasi yang diberikan” sebaiknya hal seperti ketepatan waktu service sesuai dengan estimasi yang diberikan lebih difokuskan kinerjanya pada ketepatan service yang diinginkan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan untuk menjawab beberapa pertanyaan pada penelitian ini sebagai berikut dapat disimpulkan bahwa:

1. Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dan diperoleh nilai CSI sebesar 77,91%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap kinerja dari atribut-atribut *service quality* Auto2000 Asia Afrika Bandung.
2. Berdasarkan analisis *Importance Perfomance Analysis* (IPA) didapatkan hasil atribut-atribut kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki Auto2000 Asia Afrika Bandung seperti yang termasuk pada kuadran I pada diagram kartesius, diantaranya adalah karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan, karyawan perusahaan dapat diandalkan, karyawan memberikan pelayanan dengan cepat, karyawan memiliki pengetahuan yang baik dalam memberikan pelayanan serta pelanggan percaya akan service yang diberikan oleh perusahaan

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah diungkapkan diatas, maka saran-saran yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

### a. Saran Bagi Perusahaan :

1. Berdasarkan dari tingkat kepuasan pelanggan Auto2000 Asia Afrika Bandung tingkat kepuasan perlu ditingkatkan kembali dengan kinerja perusahaan yang berfokus pada kepuasan pelanggan agar pelanggan merasa puas dengan *service quality* yang diberikan oleh Auto2000 Asia Afrika Bandung, seperti memperhatikan atribut mana saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan yang telah diketahui dari hasil analisis *Importance Perfomance Analysis* yang telah peneliti lakukan.
2. hasil analisis yang sudah dilakukan, sebaiknya karyawan Auto2000 Asia Afrika Bandung seharusnya mengutamakan kepentingan pelanggan, hal ini bisa dilakukan dengan memberi empati lebih kepada para pelanggannya agar para karyawan dapat mengutamakan kepentingan pelanggan

3. Berdasarkan penelitian dan pengolahan data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* yang telah dilakukan terdapat 15 item yang perlu diperbaiki oleh perusahaan yaitu pada kuadran I, II dan III. namun untuk prioritas utama yang wajib dalam membenahan terdapat pada kuadran I sebanyak 5 item yakni :
- a) karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan, sebaiknya perusahaan Auto2000 mengedukasi karyawan dengan lebih mengutamakan kepentingan pelanggan seperti memberikan *service* sesuai dengan *standard service* serta nilai-nilai budaya yang berlaku.
  - b) karyawan perusahaan dapat diandalkan, sehingga sebaiknya perusahaan meninjau kembali kinerja para karyawannya agar karyawan Auto2000 Asia Afrika Bandung dapat diandalkan ketika memberikan pelayanan kepada para pelanggannya.
  - c) karyawan memberikan pelayanan dengan cepat, sebaiknya perusahaan Auto2000 Asia Afrika Bandung memberikan estimasi *service* yang optimal serta peninjauan kinerja karyawan secara berkala sehingga karyawan akan terbiasa memberikan pelayanan dengan cepat.
  - d) karyawan memiliki pengetahuan yang baik dalam memberikan pelayanan, dalam hal ini perusahaan Auto2000 Asia Afrika Bandung sebaiknya diberi pengetahuan maupun sosialisasi bagaimana memberikan pelayanan yang baik secara berkala sehingga para karyawan memiliki pengetahuan yang baik dalam memberikan pelayanan.
  - e) pelanggan percaya akan *service* yang diberikan oleh perusahaan, perusahaan sebaiknya mengevaluasi *service* yang diberikan kepada para pelanggannya serta memiliki *track record* setiap pelanggan sehingga perusahaan dapat menilai kinerja *service* yang mereka berikan serta mampu memperbaikinya apabila terdapat *service* yang kurang memuaskan sehingga pelanggan percaya akan *service* yang diberikan oleh Auto2000 Asia Afrika Bandung.

**b. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya**

1. Kepada peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian dengan memasukkan variabel-variabel lainnya terkait dengan kepuasan pelanggan seperti variabel Loyalitas Pelanggan, *Brand Image* dan *Brand Trust* di Auto2000 Asia Afrika Bandung

2. Sebaiknya apabila peneliti selanjutnya akan melakukan penelitian di Borma Kota Bandung, disarankan untuk mencoba memasukkan variabel independen yang berbeda seperti *E-Service Quality* dan *Web Quality* agar fenomena yang terjadi dapat diteliti sehingga dapat menambah data preferensi bagi mereka yang membutuhkan.
3. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan *software* bantuan yang berbeda selain SPSS, misalnya seperti, SmartPLS, Lisrel, ataupun AMOS.

### DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, Y., & Zulkarnaen, W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Yaris Di Wijaya Toyota Dago Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 1(2), 80-103.
- Chandra, T. (2019). *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada Optik "Jakarta" Pekanbaru*. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 125-139.
- Dharmmesta, B. S., dan Syahlani, S. P. (2017). *Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Apotek Viva Generik Di Semarang*. *Jurnal Farmasi Sains dan Komunitas*. Vol. 14 No. 2. p-ISSN: 1693-5683; e-ISSN: 2527-7146.
- Kabaroto. (2019, Februari 26). *Berkat Dukungan Pelangganya, Auto2000 Menjadi The Best Toyota Dealer People Contest*. Retrieved from 14 April. From: [kabaroto.com](http://www.kabaroto.com): <http://www.kabaroto.com>.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendra, A. dan Prasetyanto, D. (2016) *Kajian Tingkat Kepuasan Pengguna Trans Metro Bandung Koridor 2 Menggunakan Pendekatan Importance Performance Analysis*. *Jurusan Teknik Sipil Itenas* Vol. 2 No. 2
- Siyamto, Yudi. (2017). *Kualitas Pelayanan Bank Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI) Terhadap Kepuasan Nasabah*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol.03 No.01. ISSN : 2477-6157
- Sujarweni, Wiratna V. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Syukri. (2014). *Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis GAP pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja*. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 13, No.2. ISSN 1412-6869.

Tjiptono dan Chandra. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*, Yogyakarta: Andi.

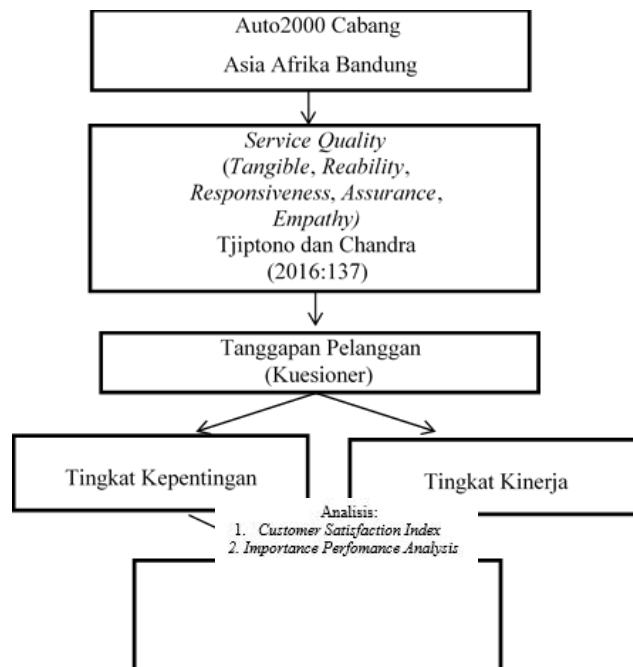
Tjiptono, F. dan Diana, F. 2015. *Pelanggan Puas ? Tak Cukup !*. Andi. Yogyakarta.

**GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL**

**Tabel 1. Market Share Supermarket di Kota Bandung**

Unit Servis Berkala (Dalam KM)	Tahun 2018									Tahun 2019				Jumlah	Persentase Penurunan
	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr		
10.000	130	122	101	131	112	102	106	112	99	101	116	92	106	1430	0%
20.000	80	97	79	114	107	85	95	106	82	94	73	90	74	1176	18%
30.000	63	81	61	62	79	61	74	87	75	78	78	78	69	946	34%
40.000	54	51	50	38	74	61	54	72	64	46	49	55	48	716	50%
50.000	44	45	38	42	43	36	62	60	62	42	45	37	36	592	59%
60.000	25	19	28	37	30	20	23	22	27	22	22	22	33	330	77%
70.000	13	26	28	19	23	28	23	12	21	30	27	24	35	309	78%
80.000	11	8	10	8	6	6	7	5	10	12	9	18	15	125	91%
90.000	14	10	10	12	20	19	18	10	14	13	10	15	9	174	88%
100.000	12	4	9	7	9	4	8	6	12	8	3	3	2	87	94%

Sumber: Laporan TAM KPI Bengkel Auto2000 Asia Afrika Bandung 2018 & 2019.



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**



**Tabel 2. Analisis CSI pada pelanggan Auto2000 Asia Afrika Bandung**

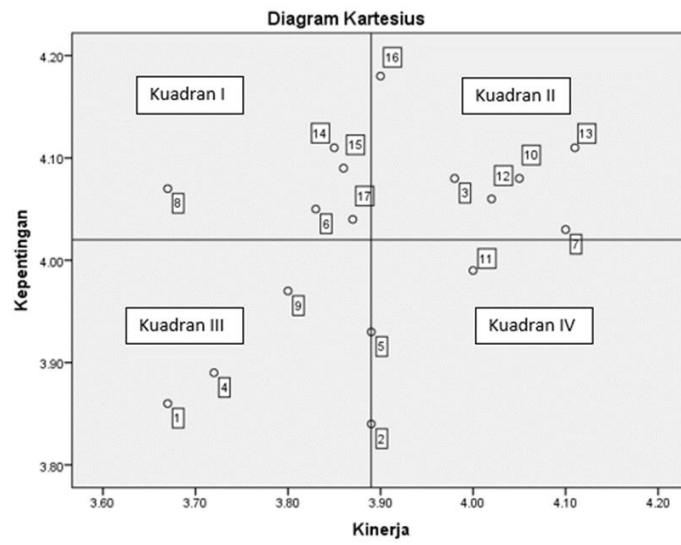
Pernyataan		Perfomance	Importance	Importance Weight	Weight Score
<i>Tangible</i>	Item 1	3,67	3,86	5,64	20,72
	Item 2	3,89	3,84	5,62	21,84
	Item 3	3,98	4,08	5,97	23,75
	Item 4	3,72	3,89	5,69	21,16
<i>Emphaty</i>	Item 5	3,89	3,93	5,75	22,36
	Item 6	3,83	4,05	5,92	22,68
	Item 7	4,10	4,03	5,89	24,16
<i>Reliability</i>	Item 8	3,67	4,07	5,95	21,84
	Item 9	3,80	3,97	5,81	22,06
	Item 10	4,05	4,08	5,97	24,16
	Item 11	4,00	3,99	5,84	23,34
<i>Responsiveness</i>	Item 12	4,02	4,06	5,94	23,87
	Item 13	4,11	4,11	6,01	24,70
	Item 14	3,85	4,11	6,01	23,14
<i>Assurance</i>	Item 15	3,86	4,09	5,98	23,09
	Item 16	3,90	4,18	6,11	23,84
	Item 17	3,87	4,04	5,91	22,86
Rata-Rata		3,89	4,02		
Total		66,21	68,38		
Weight Total					389,59
CSI					77,91

Sumber: Hasil Olahan Data Penelitian, 2020

**Tabel 3. Hasil Perhitungan Kesenjangan (Gap) Pada Auto2000 Asia Afrika Bandung**

Dimensi	Indikator	Kinerja (Performance) (Pi)	Harapan (Importance) (Ii)	Qi (Pi-Ii)
<i>Tangible</i> (Berwujud)	P1	3,67	3,86	-0,19
	P2	3,89	3,84	-0,05
	P3	3,98	4,08	-0,10
	P4	3,72	3,89	-0,17
<i>Empathy</i> (Empati)	P5	3,89	3,93	-0,04
	P6	3,83	4,05	-0,22
	P7	4,10	4,03	0,07
<i>Reliability</i> (Keandalan)	P8	3,67	4,07	-0,40
	P9	3,80	3,97	-0,17
	P10	4,05	4,08	-0,03
	P11	4,00	3,99	-0,01
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	P12	4,02	4,06	-0,04
	P13	4,11	4,11	0
	P14	3,85	4,11	-0,74
<i>Assurance</i> (Jaminan dan Kepastian)	P15	3,86	4,09	-0,23
	P16	3,90	4,18	-0,28
	P17	3,87	4,04	-0,17

Sumber: Olahan Data Penelitian, 2020



**Gambar 2. Diagram Kartesius IPA Pelanggan Auto2000 Asia Afrika Bandung**

Sumber: SPSS 22, 2020