

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN BENGKEL OTOMOTIF RODA DUA DENGAN METODE *IMPORTANT PERFORMANCE ANALYSIS*

Johan S. C. Neyland, Jefferson Mende

Jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Sam Ratulangi Manado

ABSTRAK

Meningkatnya jumlah kendaraan di Kota Manado menjadikan usaha dalam jasa perbaikan kendaraan roda 2 juga meningkat. Peningkatan ini menimbulkan persaingan dalam mendapatkan pelanggan. Tujuan penulisan ini adalah untuk melakukan pemetaan akan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada kuadran yang ada pada diagram *Important Performance Analysis* (IPA) dengan melakukan survey melalui kuesioner. Tujuan jangka panjang dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran sekaligus masukan kepada pihak manajemen hal-hal yang perlu diperbaiki dalam pelayanan manajemen perusahaan sebagai bagian yang diprioritaskan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terkonsentrasi pada kuadran 2 dan kuadran 3. Pada kuadran 2 terdapat 14 atribut yang harus dipertahankan sedangkan pada kuadran 3 terdapat 11 atribut yang harus diseriusi dalam pengelolaannya.

Kata kunci : *Important and Performance Analysis*, kendaraan roda 2, kepuasan pelanggan

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Banyaknya kendaraan roda 2 yang diluncurkan akhir-akhir ini yang berharga ekonomis/rendah atau kendaraan *Low Cost Green Car* (LCGC), menjadikan banyak masyarakat yang memiliki kendaraan jenis ini sehingga pertumbuhan kendaraan roda 4 menjadi meningkat. Data Samsat Dispenda Sulut tahun 2015 untuk kendaraan roda 2 di Kota Manado berjumlah sekitar 86.000, hal ini dilihat oleh beberapa pelaku bisnis untuk membuka usaha dalam bidang perbaikan kendaraan bermotor khusus roda 2. Banyaknya pelaku usaha yang membuka bisnis tersebut maka menimbulkan persaingan antar bengkel dalam mendapatkan pelanggan. Dengan demikian mereka harus dapat meningkatkan dan mempertahankan serta mengembangkan pelayanannya untuk meningkatkan kepuasan dari pelanggan.

Metode yang digunakan untuk mengetahui fasilitas dan layanan manajemen perusahaan yang memberikan kepuasan kepada pengguna adalah

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Layanan

Secara umum dapat dikatakan bahwa kualitas atau mutu adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang ditentukan oleh pemakai atau customer dan diperoleh melalui pengukuran proses serta melalui perbaikan yang berkelanjutan (*Continuous Improvement*). Sedangkan jasa layanan menurut Olsen dan Wyckoff (1978) dan Yamit (2004) dalam Tony Wijaya (2011) adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan. Jadi

Important Performance Analysis (IPA). Target luaran dari penelitian ini adalah untuk dapat dimuat pada jurnal berISSN.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka permasalahan yang dirumuskan disini adalah bagaimana melakukan pemetaan akan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada kuadran yang ada pada diagram IPA untuk selanjutnya dianalisis untuk perbaikan kedepan.

1.3 Batasan Masalah

1. Penelitian dilakukan di salah satu jasa perbaikan kendaraan roda 2 di Kota Manado
2. Objek penelitian adalah pengguna jasa perbaikan tersebut
3. Tidak ada perubahan struktur manajemen pada saat penelitian dilakukan.

kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai pelayanan yang diberikan oleh produsen atau pemberi/penjual jasa yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen/pemakai.

2.2 Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Kepuasan pelanggan (Day, Tse dan Wilson, dalam Tjiptono, F dan Diana, A. 2003) adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Sehingga mereka menyatakan kepuasan pelanggan

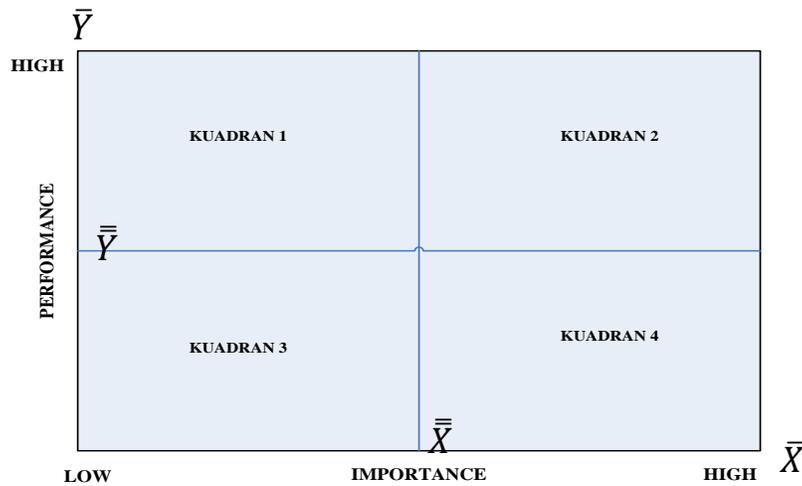
mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat yaitu :

1. Hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi pelanggan menjadi baik dimata pelanggan
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

2.3 Metode *Important Performance Analysis (IPA)*

Metode ini adalah suatu prosedur untuk menunjukkan kepentingan relatif berbagai atribut terhadap kinerja organisasi atau perusahaan, produk. Pada hakekatnya, IPA mengkombinasikan pengukuran dimensi kepentingan dan kinerja kedalam dua grid kemudian kedua dimensi tersebut diplotkan kedalamnya (Tony Wijaya,2011). Pengukuran dengan metode IPA ini dengan menggunakan Diagram *Important and Performance* seperti yang ditunjukkan pada gambar 2.1.



Gambar 2.1. Diagram *Important and Performance*

Freddy Rangkuti (2006) memberikan keterangan untuk masing-masing kuadran sebagai berikut :

- Kuadran 1
Kuadran ini memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang ia harapkan. Atribut-atribut yang masuk kuadran ini harus ditingkatkan.
- Kuadran 2
Kuadran ini memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Atribut-atribut yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan.
- Kuadran 3

- Kuadran 4
Ini adalah kuadran yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan atribut-atribut pada kuadran ini dapat dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya sangat kecil.
- Kuadran 4
Ini adalah kuadran yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan. Atribut-atribut yang termasuk kuadran ini dapat dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya.

3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah melakukan pemetaan akan atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada kuadran yang ada pada diagram IPA

3.2 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanannya juga dapat membantu pihak manajemen perusahaan dalam menentukan skala prioritas perbaikan layanan dan

dapat menjadi bahan referensi maupun bacaan bagi

pihak-pihak yang membutuhkan.

4. METODE PENELITIAN

4.1.1 Tahap Studi Pustaka

Yang dilakukan pada tahap ini adalah melakukan kajian pustaka tentang konsep kualitas layanan jasa Metode IPA dari jurnal, maupun dari buku teks yang ada di internet maupun manajemen perusahaan.

4.1.2 Tahap Perancangan Kuesioner IPA

Tahapan ini adalah proses penyusunan atribut-atribut layanan kinerja dan kepentingan dari pengguna jasa layanan perbaikan kendaraan roda 2. Penyusunan kuesioner ini menggunakan skala likert seperti pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Skala Likert

Atribut Kualitas Pelayanan	Kinerja		Kepentingan	
	Skala	Arti	Skala	Arti
1	1	Tidak Penting	1	Tidak Penting
	2	Kurang Penting	2	Kurang Penting
	3	Cukup Penting	3	Cukup Penting
	4	Penting	4	Penting
	5	Sangat Penting	5	Sangat Penting

4.1.3 Tahap Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel menggunakan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 5% (Metode Penelitian, Sugiyono). Dalam penelitian ini populasi pelanggan yang diambil adalah dari bulan April sampai bulan Juni 2017 (rekapan 3 bulanan dari perusahaan) berjumlah 473 orang. Berdasarkan tabel tersebut diambil jumlah populasi adalah 480 orang dan taraf kesalahan 5% sehingga sampel yang ditentukan adalah 202 orang.

ini. Sedangkan uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yang digunakan sebagai alat pengumpul data betul-betul reliabel dalam arti bahwa alat pengumpul data tersebut tetap konsisten untuk mengukur suatu gejala yang sama dari beberapa responden.

4.1.4 Tahap Penyebaran Kuesioner

Pada tahapan ini dilakukan penyebaran kuesioner pada pengguna jasa layanan perbaikan kendaraan roda 2 yang ada di salah satu tempat di kota Manado berdasarkan sampel yang telah dihitung sebelumnya. Dalam kenyataannya kendala yang dihadapi adalah kuesioner yang dijalankan dengan jumlah 210 eksemplar hanya kembali sebanyak 117 eksemplar dan jumlah tersebut yang diolah oleh peneliti.

4.1.6 Tahap Pengolahan Data

Tahap ini adalah tahap pengolahan data dilakukan dengan Metode *Importance Performance Analysis* yaitu untuk melihat sejauh mana tingkat kepuasan pengguna terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh manajemen penyedia jasa perbaikan kendaraan roda 2.

4.1.5 Tahap Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada tahap ini atribut-atribut pada kuesioner diuji validitasnya yaitu untuk mengetahui apakah butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yang digunakan sebagai alat pengumpul data mampu mengukur konsep yang akan diukur dalam penelitian

4.1.7 Tahap Analisa Hasil dan Pembahasan

Dari hasil pengolahan data yang diperoleh, selanjutnya akan dianalisa dan diinterpretasikan apa yang sebenarnya diinginkan oleh pengguna jasa tersebut. Dengan demikian maka pihak manajemen dapat mengetahui target mana saja yang harus didahulukan untuk memenuhi harapan mereka.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Pengujian Kualitas Data

Sebelum melakukan pengolahan data, data yang diperoleh melalui kuesioner diuji terlebih dahulu. Untuk itu perlu dilakukan analisis dari keseluruhan pernyataan pada kuesioner untuk diuji

4.1.8 Tahap Penarikan Kesimpulan

Dalam hal ini kesimpulan yang diperoleh akan diketahui atribut-atribut apa yang dipentingkan oleh pengguna, dan seberapa jauh atribut tersebut memuaskan pengguna.

validitas dan reliabilitas dengan bantuan SPSS Stastic 17.0. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai Pearson Correlation hasil uji dengan nilai r yang terdapat pada Tabel *Pearson Product Moment*. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Cronbach Alpha*.

5.1.2 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur valid/sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas kuesioner dilakukan dengan membandingkan nilai r hasil

perhitungan dengan nilai r pada tabel *Pearson Product Moment*. Jika r_{hitung} lebih dari r_{tabel} maka butir pernyataan tersebut adalah valid. Pengujian ini dilakukan dengan jumlah sampel sebanyak 117 ($df=n-2=117-2=115$); (Anggoro, 2008), dan pada taraf signifikan 0,05 (5 %) diperoleh $r_{tabel} = 0,182$ (lampiran r_{tabel}). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 5.1

Tabel 5.1 Hasil uji validitas

No	Atribut Pertanyaan dimensi <i>Tangible</i>	Koefesien Korelasi (r_{hitung})		Keterangan
		Keperntingan	Persepsi/Kinerja	
1	Kebersihan dan kerapihan ruang tunggu.	.191	.430	Valid
2	Kelengkapan fasilita sruang tunggu(TV, koran, minuman, wifi, dll).	.192	.360	Valid
3	Informasi dapat terlihat oleh konsumen (daftar harga, poster,sertifikat mekanik,dll).	.352	.452	Valid
4	Ketersediaan suku cadang (<i>sparepart</i>).	.230	.562	Valid
5	Kebersihan dan kerapian karyawan	.408	.473	Valid
No	Atribut Pertanyaan dimensi <i>Responsiveness</i>	Koefesien Korelasi (r_{hitung})		Keperntingan
		Keperntingan	Persepsi/Kinerja	
1	Kecepatan waktu pengerjaan servis.	.474	.622	Valid
2	Kecepatan pelayanan klaim.	.595	.660	Valid
3	Kesiapan petugas jika ada keluhan.	.460	.677	Valid
4	Ketepatan pelayanan keluhan kendaraan.	.546	.660	Valid
5	Waktu tunggu tidak terlalu lama untuk dilayani petugas.	.512	.641	Valid

No	Atribut Pertanyaan dimensi <i>Assurance</i>	Koefesien Korelasi (r_{hitung})		Kepentingan
		Kepentingan	Persepsi/Kinerja	
1	Keramahan dalam melayani pelanggan.	.530	.834	Valid
2	Pihak bengkel bertanggung jawab penuh atas pelayanan yang diberikan.	.629	.661	Valid
3	Pengecekan kendaraan secara detail.	.529	.767	Valid
4	Kelengkapan kendaran tetap utuh setelah melakukan servis.	.368	.797	Valid
5	Karyawan menguasai jasa yang ditawarkan	.535	.633	Valid
No	Atribut Pertanyaan dimensi <i>Emphaty</i>	Koefesien Korelasi (r_{hitung})		Kepentingan
		Kepentingan	Persepsi/Kinerja	
1	Tersedia layanan keluhan konsumen.	.654	.628	Valid
2	Tersedianya lahan parkir.	.499	.592	Valid
3	Kemudahan pendaftaran servis.	.361	.487	Valid
4	Kebersihan kendaraan setelah perbaiki.	.600	.567	Valid
5	Mampu berkomunikasi dengan baik	.591	.807	Valid
No	Atribut Pertanyaan dimensi <i>Reliability</i>	Koefesien Korelasi (r_{hitung})		Kepentingan
		Kepentingan	Persepsi/Kinerja	
1	Layanan yang diberikan sesuai prosedur.	.530	.613	Valid

2	Kesesuaian harga dengan pekerjaan.	.487	.654	Valid
3	Garansi servis	.557	.701	Valid
4	Bengkel berkenan di hati konsumen.	.541	.626	Valid
5	Garansi suku cadang.	.662	.824	Valid

Dari tabel 5.1 terlihat bahwa semua atribut pertanyaan adalah valid sehingga dilanjutkan ke uji reliabilitas.

5.1.3 Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah

konsisten atau stabil apabila dilakukan di lain waktu. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6 (Anggoro, 2008).

Tabel 5.2 Hasil uji reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	25

a. Kepentingan

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	25

b. Kinerja

Berdasarkan uji reliabilitas terhadap kuesioner secara keseluruhan dapat dilihat bahwa koefisien Alpha Cronbach menunjukkan hasil > 0,6. Ini berarti bahwa skala yang digunakan dapat memberikan hasil pengukuran yang reliabel.

5.2 Diagram Importance & Performance

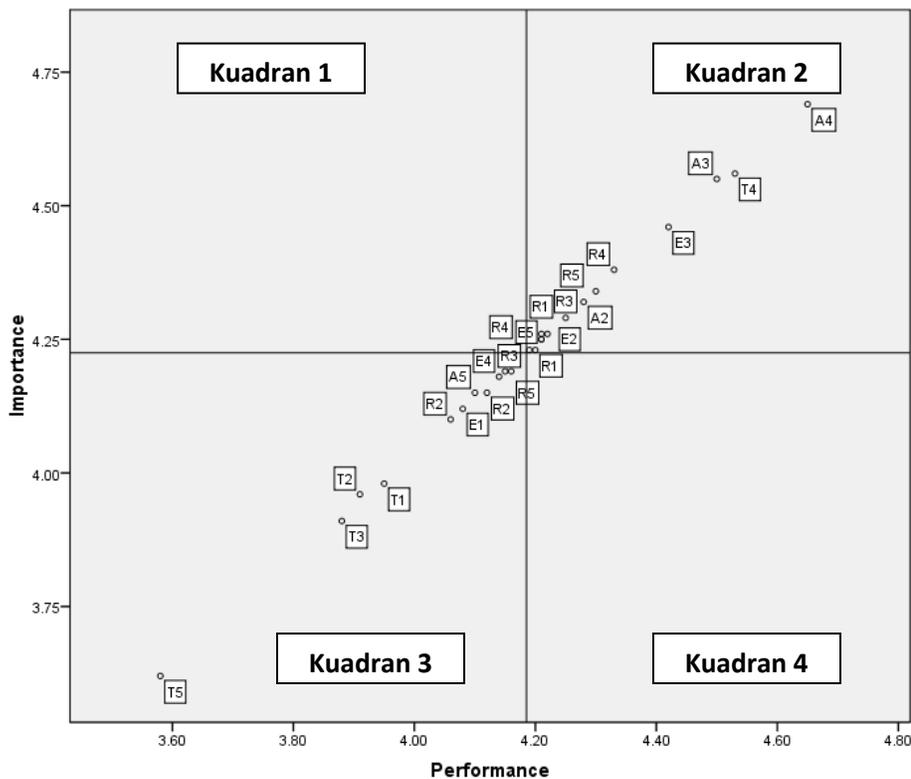
Supaya dapat memberikan gambaran yang lebih jelas maka hasil rekapan data responden kuesioner dirata-ratakan berdasarkan tiap atribut yang

ada. Nilai rata-rata tersebut tersaji dalam tabel 5.3 *Importance & Performance*, dari tabel ini akan diwujudkan ke dalam matriks *Importance & Performance* berdasarkan rumus 2.3 sampai 2.6 pada bab 2 yaitu dengan menghubungkan nilai *Importance* pada sumbu Y & *Performance* pada sumbu X. Sedangkan nilai rata-rata *Importance & Performance* digunakan sebagai batas menentukan kuadran 1, 2, 3, dan 4 seperti pada gambar 5.1.

Tabel 5.3 Importance & Performance

Variabel		Importance	Performance
Tangibel	T1	3.98	3.95
	T2	3.96	3.91
	T3	3.91	3.88
	T4	4.56	4.53
	T5	3.62	3.58
Responsiveness	R1	4.26	4.21
	R2	4.10	4.06
	R3	4.29	4.25
	R4	4.23	4.19
	R5	4.34	4.30
Assurance	A1	4.26	4.22

	A2	4.32	4.28
	A3	4.55	4.50
	A4	4.69	4.65
	A5	4.15	4.10
Emphaty	E1	4.12	4.08
	E2	4.25	4.21
	E3	4.46	4.42
	E4	4.18	4.14
	E5	4.25	4.21
Reliability	R1	4.23	4.20
	R2	4.15	4.12
	R3	4.19	4.15
	R4	4.38	4.33
	R5	4.19	4.16
	Rata-rata	4.22	4.18



Gambar 5.1. Diagram *Important and Performance*

5.3 Pembahasan Hasil Diagram *Importance Performance*

Dari gambar 5.1 atribut-atribut pertanyaan hanya terkonsentrasi pada kuadran 2 dan kuadran 3

- 1 Ketersediaan suku cadang (*sparepart*).
- 2 Kecepatan waktu pengerjaan servis.

sedangkan kuadran 1 dan kuadran 4 tidak terdapat atribut yang dipilih oleh responden.

Atribut atribut yang terdapat dalam kuadran 2 adalah :

T4

R1

3	Ketepatan pelayanan keluhan kendaraan.	R4
4	Keramahan dalam melayani pelanggan.	A1
5	Pihak bengkel bertanggung jawab penuh atas pelayanan yang diberikan.	A2
6	Pengecekan kendaraan secara detail.	A3
7	Kelengkapan kendaran tetap utuh setelah melakukan servis.	A4
8	Tersedianya lahan parkir.	E2
9	Kemudahan pendaftaran servis.	E3
10	Mampu berkomunikasi dengan baik	E5
11	Layanan yang diberikan sesuai prosedur.	Re1
12	Garansi servis	Re3
13	Bengkel berkenan di hati konsumen.	Re4
14	Garansi suku cadang.	Re5

Atribut yang berada pada kuadran 2 ini menjadi kekuatan perusahaan karena memiliki *Importance & Performance* yang tinggi dan dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh

pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi. Atribut-atribut yang masuk kuadran ini harus tetap dipertahankan.

Atribut atribut yang terdapat dalam kuadran 3 adalah :

1	Kebersihan dan kerapian ruang tunggu.	T1
2	Kelengkapan fasilitas ruang tunggu(TV, koran, minuman, wifi, dll).	T2
3	Informasi dapat terlihat oleh konsumen (daftar harga, poster,sertifikat mekanik,dll).	T3
4	Kebersihan dan kerapian karyawan	T5
5	Kecepatan pelayanan klaim.	R2
6	Kesiapan petugas jika ada keluhan.	R3
7	Waktu tunggu tidak terlalu lama untuk dilayani petugas.	R5
8	Karyawan menguasai jasa yang ditawarkan	A5
9	Tersedia layanan keluhan konsumen.	E1
10	Kebersihan kendaraan setelah perbaikan.	E4
11	Kesesuaian harga dengan pekerjaan.	Re2

Ini adalah kuadran yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa. Peningkatan dan pengelolaan dengan sangat serius atribut-atribut pada kuadran ini harus ditingkatkan karena ketidakpuasan pelanggan pada umumnya berawal dari atribut-atribut pada kuadran ini.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan bahwa atribut-atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terkonsentrasi pada kuadran 2 dan kuadran 3 saja. Pada kuadran 2 terdapat 14 atribut yang harus dipertahankan karena dianggap penting oleh pelanggan sedangkan pada kuadran 3 terdapat 11 atribut yang harus diseriisi dalam pengelolaannya

karena jika tidak maka akan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan.

6.2 Saran

Pihak manajemen sebagai penyedia jasa harus lebih sering lagi dalam mendekati pelanggan sehingga dapat diketahui akan keinginan pelanggan sehingga bisnis jasa yang digeluti dapat ditingkatkan maupun dikembangkan.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Unsrat.2017. *Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*

Rahmawati, Herlina. 2010. *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode Servqual*

DAFTAR PUSTAKA

dan Importance Performance Analysis di Kantor Manajemen perusahaan dan Arsip Kabupaten Karanganyar. Skripsi Teknik Industri Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Rangkuti, Fredy, 2006. *Measuring Customer Saticfaction*, PT Garmedia Pustaka Utama

Jakarta.

Tjiptono, Fandi. dkk. 2001. *Total Quality Manajemen*, Penerbit Andi Yogyakarta.

Wijaya, Toni. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*, PT Indeks Jakarta.