

Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel dan Cuci Mobil dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Matrix* (Studi Kasus Bengkel Mobil Otto Clean)*

DERI HIDAYAT, AMBAR HARSONO, HARI ADIANTO

Jurusan Teknik Industri
Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung

Email:derry.hidayat@gmail.com

ABSTRAK

Tingkat persaingan yang tinggi mengharuskan perusahaan memiliki kelebihan diantara pesaing. Pihak Otto Clean kurang memperhatikan kualitas pelayanan, hal ini bisa berdampak buruk terhadap perusahaan apabila pelanggan merasa tidak terpuaskan. Peningkatan kualitas pelayanan harus dilakukan agar dapat menghadapi persaingan yang semakin tinggi. Keinginan yang spesifik dari segmen yang berbeda harus diketahui, maka perusahaan perlu melakukan segmentasi untuk menentukan pangsa pasar yang akan dituju. Alat pengukuran tingkat kepuasan kualitas pelayanan menggunakan metode Importance Performance Matrix. Penyusunan kuesioner dengan dimensi Parasuraman mencakup bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Variabel pada kuadran 1 yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki yaitu ruang tunggu, toilet, tempat ganti oli, dan kelengkapan jenis jasa.

Kata kunci: *Kepuasan Pelanggan, Alat Ukur, Importance Performance Matrix, dan Peningkatan Kualitas Pelayanan.*

ABSTRACT

High level of competition requires companies have advantages among competitors. Otto Clean has less attention of servicequality, it can have a negative impact on the company if customers are not satisfied. Improved quality of service must be performed in order to face the higher competition. The specific desires of the different segments must be known, then the company needs to conduct market segmentation to determine which will be intended. The measuring tool satisfaction levels of service quality using the Importance Performance Matrix. The preparation of the questionnaire using the dimensions of Parasuraman, include: tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Variables in quadrant 1 that should be prioritized for repair the waiting room, toilets, oil change, and completeness of the type of services.

Keywords: *Customer Satisfaction, Measuring Instruments, Importance Performance Matrix, and The Improve Service Quality.*

* 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

Meningkatnya kebutuhan transportasi menyebabkan bertambahnya pengguna yang secara tidak langsung membutuhkan sarana dan prasarana untuk memperbaiki dan merawat kendaraannya. Tingkat persaingan yang tinggi mengharuskan perusahaan memiliki kelebihan diantara perusahaan pesaing sehingga dapat menarik perhatian para pelanggan. Perusahaan harus mengerti dan memahami kebutuhan para pelanggannya sehingga pelanggan loyal terhadap perusahaan.

Kurangnya kesadaran pihak Otto Clean dalam melakukan peningkatan kualitas pelayanan bisa berdampak buruk terhadap perusahaan apabila pelanggan merasa tidak terpuaskan. Loyalitas pelanggan merupakan impian setiap perusahaan sehingga harus dilakukan peningkatan kualitas pelayanan. Segmentasi pelanggan dilakukan untuk mengetahui penilaian yang berbeda dari setiap segmen, karena jika pelanggan merasa tidak puas dikhawatirkan pelanggan akan berpindah ke perusahaan pesaing.

Bengkel dan cuci mobil Otto Clean harus melakukan peningkatan kualitas pelayanan untuk menghadapi tingkat persaingan yang tinggi. Salah satu alat pengukuran tingkat kepuasan kualitas pelayanan yaitu menggunakan metode *Importance Performance Matrix* (IPM). Dimensi yang digunakan untuk menentukan variabel pertanyaan yaitu dimensi dari Parasuraman, meliputi: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Hasil pengukuran dijadikan acuan untuk memperbaiki kualitas pelayanan pada bengkel dan cuci mobil Otto Clean.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu mengukur kualitas pelayanan menggunakan metode *Importance Performance Matrix* pada bengkel dan cuci mobil Otto Clean. Selain itu memberikan usulan perbaikan berkaitan dengan kualitas pelayanan bengkel dan cuci mobil Otto Clean untuk mencapai kepuasan konsumen.

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kriteria responden. Responden merupakan konsumen yang sedikitnya telah 2 kali menggunakan jasa bengkel atau cuci mobil Otto Clean dan minimal berumur 17 tahun. Pertanyaan yang diajukan meliputi seluruh aspek yang berkaitan dengan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelayanan. Dimensi yang digunakan dari Parasuraman yaitu *Tangibles* (bukti nyata), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati), dan segmentasi responden dilakukan berdasarkan jumlah pendapatan dan jumlah kedatangan.

2. PERMASALAHAN

Kotler mendefinisikan Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono, 2007). Lewis mendefinisikan Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2007).

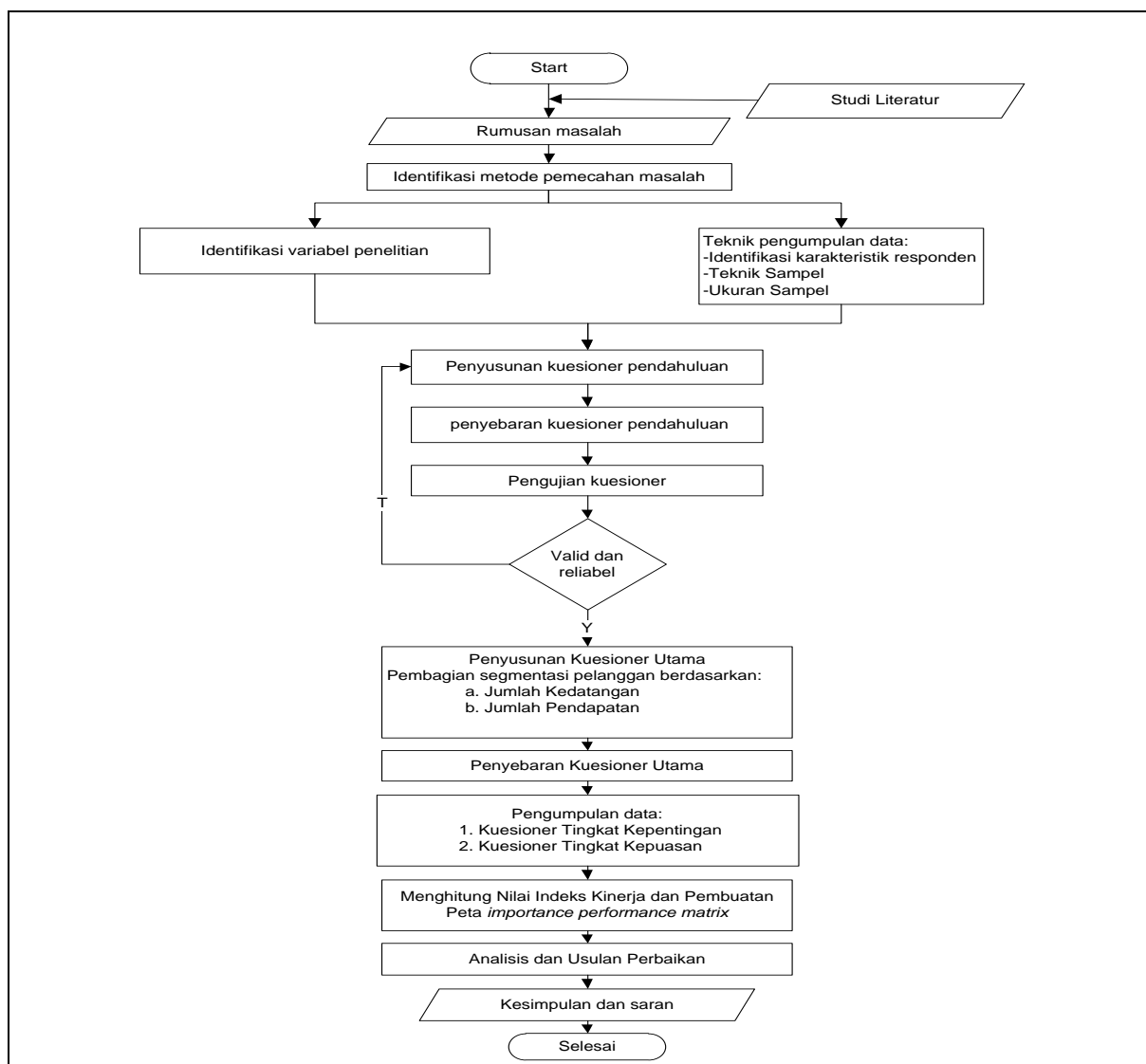
Dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman (Tjiptono, 2007) adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. *Importance Performance Analysis* pertama kali dikemukakan oleh Martilla dan James (Tjiptono, 2007) yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai

atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis di *Importance Performance Matrix*.

Matriks ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam mengalokasikan sumber daya organisasi terbatas pada bidang-bidang spesifik, dimana kinerja perbaikan bisa berdampak besar pada kepuasan pelanggan total. Selain itu, matriks ini juga menunjukkan bidang atau atribut tertentu yang perlu dipertahankan dan aspek-aspek yang perlu dikurangi prioritasnya. Peta *Importance Performance Matrix* merupakan suatu diagram kartesius yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua buah garis berpotongan tegak lurus pada sumbu X dan sumbu Y.

3. METODE PENELITIAN

Rincian mengenai beberapa tahapan yang harus dilakukan saat penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Flowchart Metodologi Penelitian

3.1 Pendekatan Berdasarkan Segmentasi Pelanggan

Segmentasi berdasarkan jumlah kedatangan responden dilakukan untuk mengetahui penilaian dari responden yang sering datang dan jarang datang sama atau berbeda penilaiannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Segmentasi berdasarkan jumlah pendapatan responden dilakukan untuk mengetahui keinginan dari responden kelas bawah, kelas menengah, dan kelas atas sama atau berbeda keinginannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

3.2 Langkah-Langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Penyusunan Kuesioner Pendahuluan
Kuesioner pendahuluan disusun berdasarkan dimensi kualitas yang berkaitan dengan jasa pelayanan. Pada kuesioner pendahuluan terdapat beberapa pertanyaan dan usulan item yang dapat ditambahkan oleh responden.
- b. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan
Penyebaran kuesioner pendahuluan dilakukan pada dua layanan jasa yaitu bengkel mobil dan cuci mobil. Jumlah sampel yang akan diambil dalam penyebaran kuesioner pendahuluan sebanyak 30 orang responden pemakai jasa bengkel mobil minimal berumur 17 tahun dan telah menggunakan jasa bengkel sedikitnya 2 kali. Jumlah sampel diambil sebanyak 30 yaitu untuk memenuhi atau mendekati distribusi normal. Distribusi normal dipercaya sampel dapat mewakili populasi (Singarimbun, 2008).
- c. Pengujian Alat Ukur
Uji validitas untuk mengukur sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang diukur (Singarimbun, 2008). Suatu pertanyaan dinyatakan valid apabila angka korelasi pertanyaan tersebut lebih besar dari pada angka kritik pada tabel korelasi, dengan taraf signifikansi yang telah ditentukan (1% atau 5%). Reliabilitas adalah indeks menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya apabila suatu alat ukur dipakai dua untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliable (Singarimbun, 2008).
- d. Penyusunan Kuesioner Utama
Kuesioner utama dibagi menjadi dua bagian, yaitu kuesioner tingkat kepentingan dan kuesioner tingkat kepuasan.
- e. Penyebaran Kuesioner Utama
Penyebaran kuesioner utama dilakukan dengan teknik *convenience sampling* kepada 100 responden bengkel mobil minimal berumur 17 tahun dan telah menggunakan jasa bengkel sedikitnya 2 kali. Jumlah 100 didapat berdasarkan perhitungan menggunakan metode *Bernaulli*.
- f. Pengumpulan Data
Pengumpulan data didapat dari hasil kuesioner tingkat kepentingan dan kuesioner tingkat kepuasan. Selanjutnya semua jawaban kuesioner direkapitulasi kedalam matrik data mentah.
- g. Pengolahan Data
Nilai indeks *importance* adalah rata-rata skor tingkat kepentingan dan nilai indeks *performance* adalah rata-rata skor tingkat kepuasan. Nilai indeks tersebut akan membentuk suatu titik yang terdapat dikudran *Importance Performance Matrix*.

- h. Analisis Dan Usulan Perbaikan
Hasil pengolahan data selanjutnya akan dianalisis, analisis dilakukan pada setiap posisi variabel pertanyaan yang berada di peta *Importance Performance Matrix* terutama yang terdapat pada kuadran satu.
- i. Kesimpulan Dan Saran
Kesimpulan dari penelitian ini yaitu untuk menilai kinerja kualitas pelayanan di bengkel dan cuci mobil serta saran untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi keinginan konsumen.

3.3. Penyiapan

Pada penelitian ini dilakukan beberapa penyiapan pembuatan *instrument* dan sarana penelitian.

3.3.1 Pembuatan Instrument

Kuesioner diturunkan berdasarkan dimensi Parasuraman. Jumlah sampel yang diambil 30 responden untuk kuesioner pendahuluan dan 100 responden untuk kuesioner utama dengan teknik *convenience sampling*.

3.3.2 Pembuatan Sarana Penelitian

Sarana dalam penelitian ini yaitu kuesioner berdasarkan dimensi Parasuraman, diperoleh 29 variabel untuk bengkel mobil dan 28 variabel untuk cuci mobil, dimana mencakup 5 dimensi: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Kuesioner terdiri dari kuesioner pendahuluan dan kuesioner utama, kuesioner utama terdiri dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dan juga profil responden.

4. PROSES PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data dilakukan pada kuesioner pendahuluan dan kuesioner utama.

4.1 Kuesioner Pendahuluan

Kuesioner pendahuluan yang telah disebarakan kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji reliabilitas bengkel mobil dapat dilihat pada Tabel 1. Hasil uji validitas bengkel mobil dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas Bengkel Mobil

<i>alpha cronbach</i>	koefisien reliabilitas
0.889	0.7

4.2 Kuesioner Utama

Nilai indeks *Importance* adalah rata-rata skor tingkat kepentingan dan nilai indeks *Performance* adalah rata-rata skor tingkat kepuasan. Nilai indeks tersebut akan membentuk suatu titik yang terdapat di kuadran *Importance Performance Matrix*. Hasil perhitungan nilai indeks kinerja bengkel mobil dapat dilihat pada Tabel 3.

Hasil perhitungan nilai indeks kinerja bengkel mobil berdasarkan segmen jumlah pendapatan responden bengkel mobil > 3 juta dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Bengkel Mobil

Pertanyaan Ke-	r hitung	r tabel	Ket
1	0.438	0.361	valid
2	0.473	0.361	valid
3	0.444	0.361	valid
4	0.399	0.361	valid
5	0.407	0.361	valid
6	0.461	0.361	valid
7	0.472	0.361	valid
8	0.405	0.361	valid
9	0.630	0.361	valid
10	0.585	0.361	valid
11	0.502	0.361	valid
12	0.478	0.361	valid
13	0.611	0.361	valid
14	0.569	0.361	valid
15	0.462	0.361	valid
16	0.512	0.361	valid
17	0.536	0.361	valid
18	0.494	0.361	valid
19	0.427	0.361	valid
20	0.587	0.361	valid
21	0.440	0.361	valid
22	0.465	0.361	valid
23	0.399	0.361	valid
24	0.454	0.361	valid
25	0.472	0.361	valid
26	0.429	0.361	valid
27	0.491	0.361	valid
28	0.494	0.361	valid
29	0.386	0.361	valid

Tabel 3. Hasil Perhitungan Nilai Indeks Kinerja Bengkel Mobil

Var	Kepentingan	Kepuasan
1	3.59	2.94
2	3.25	3.35
3	3.27	3.00
4	3.48	3.37
5	3.58	3.00
6	3.61	2.96
7	3.59	3.15
8	3.22	3.01
9	3.14	3.04
10	3.48	3.06
11	3.32	3.22
12	3.25	3.15
13	3.18	3.12
14	3.37	3.29
15	3.43	3.44
16	3.31	3.34
17	3.44	3.29
18	3.43	3.23
19	3.42	3.45
20	3.58	3.28
21	3.44	3.27
22	3.42	3.31
23	3.51	3.25
24	3.42	3.27
25	3.44	3.26
26	3.43	3.41
27	3.49	3.29
28	3.51	3.16
29	3.52	3.24

Hasil perhitungan nilai indeks kinerja bengkel mobil berdasarkan segmen jumlah kedatangan responden bengkel mobil > 5 kali dapat dilihat pada Tabel 5.

Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel dan Cuci Mobil dengan Menggunakan Metode Importance Performance Matrix (Studi Kasus Bengkel Mobil Otto Clean)

Tabel 4. Hasil Perhitungan NIK Pendapatan Responden Bengkel Mobil > 3 Juta

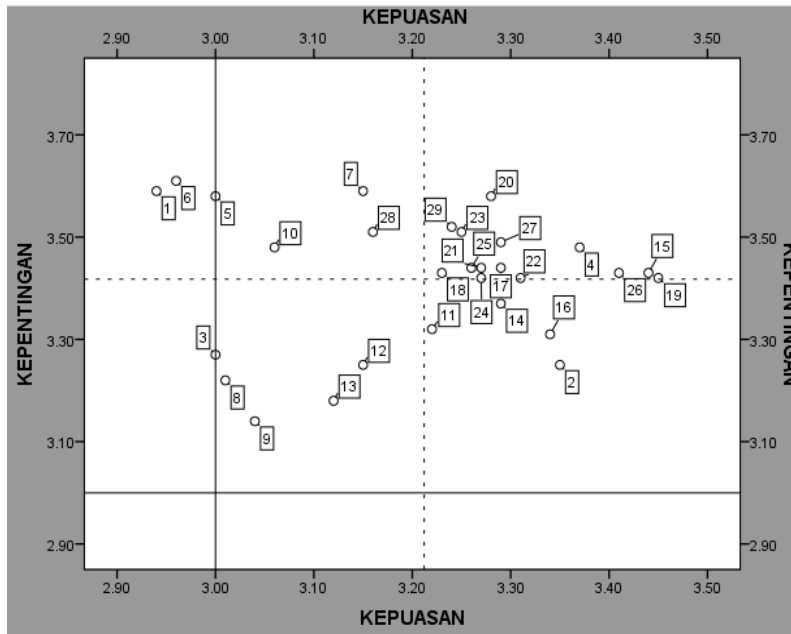
No	KEPENTINGAN	KEPUASAN
1	3.590	2.976
2	3.229	3.325
3	3.277	2.964
4	3.446	3.361
5	3.578	3.060
6	3.614	2.916
7	3.639	3.120
8	3.217	3.000
9	3.157	3.036
10	3.494	3.024
11	3.349	3.205
12	3.289	3.169
13	3.181	3.120
14	3.386	3.229
15	3.446	3.422
16	3.289	3.301
17	3.434	3.265
18	3.422	3.217
19	3.434	3.446
20	3.590	3.253
21	3.422	3.241
22	3.422	3.289
23	3.518	3.229
24	3.434	3.253
25	3.458	3.265
26	3.458	3.386
27	3.494	3.265
28	3.554	3.145
29	3.494	3.229

Tabel 5. Hasil Perhitungan NIK Kedatangan Responden Bengkel Mobil >5 Kali

No	KEPENTINGAN	KEPUASAN
1	3.655	2.966
2	3.310	3.328
3	3.328	2.966
4	3.466	3.362
5	3.569	3.017
6	3.552	2.966
7	3.603	3.069
8	3.241	3.017
9	3.121	3.034
10	3.466	2.983
11	3.310	3.241
12	3.224	3.155
13	3.190	3.086
14	3.414	3.276
15	3.448	3.414
16	3.276	3.328
17	3.414	3.207
18	3.448	3.207
19	3.397	3.500
20	3.603	3.207
21	3.414	3.207
22	3.414	3.345
23	3.500	3.207
24	3.431	3.276
25	3.448	3.276
26	3.414	3.414
27	3.517	3.241
28	3.448	3.155
29	3.466	3.224

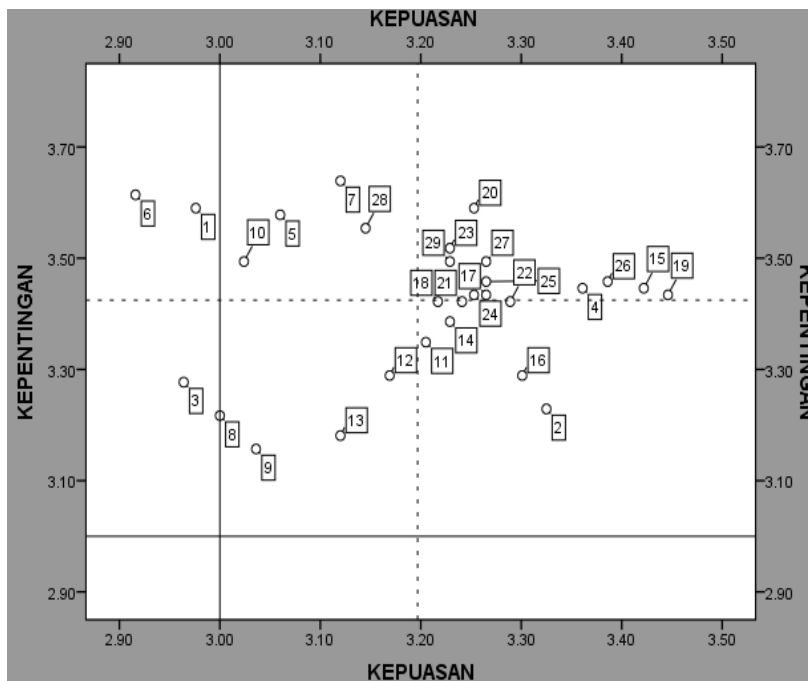
4.3 Pembuatan Peta *Importance Performance Matrix*

Nilai indeks kinerja tingkat kepentingan dan kepuasan selanjutnya di plot ke peta *importance Performance Matrix*. Gambar peta *importance Performance Matrix* bengkel mobil dapat dilihat pada Gambar 2.



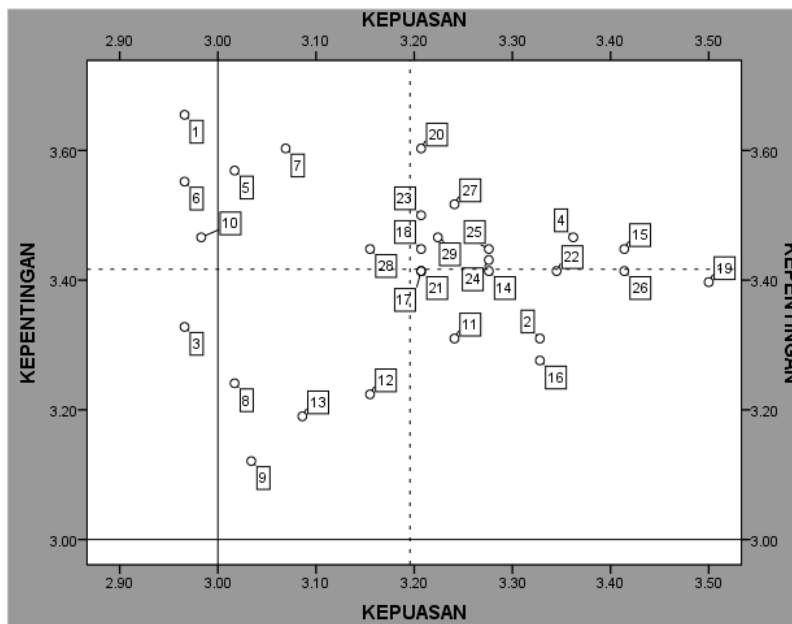
Gambar 2. Peta *Importance Performance Matrix* Bengkel Mobil

Gambar peta *Importance Performance Matrix* dengan segmentasi jumlah pendapatan responden bengkel > 3 juta dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Peta IPM Bengkel dengan Segmentasi Pendapatan > 3 Juta

Gambar peta *Importance Performance Matrix* bengkel mobil dengan segmentasi kedatangan > 5 kali dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Peta IPM Bengkel Dengan Segmentasi Kedatangan > 5 Kali

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis diprioritaskan pada kuadran 1 karena kuadran 1 adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan. Variabel-variabel yang berada pada kuadran 1 sebagian besar sudah di atas nilai 3 (puas), tetapi masih berada di bawah nilai rata-rata.

Perusahaan harus melakukan peningkatan kualitas pelayanan terhadap variabel yang terdapat pada kuadran 1 untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penentuan variabel yang terlebih dahulu diprioritaskan berdasarkan nilai indeks terbesar. Nilai indeks diperoleh dari perkalian NIK *Importance* dikali nilai ketidakpuasan yang diperoleh dari nilai kepuasan terbesar (4) dikurangi NIK *Performance*. Variabel yang masuk dalam kuadran 1 berdasarkan urutan prioritas dapat dilihat pada Tabel 6, Tabel 7, dan Tabel 8.

Tabel 6. Prioritas Perbaikan Variabel Bengkel Mobil pada Kuadran 1

Prioritas	Var	Pertanyaan	NIK I	NIK P	4-NIK P	Indeks
1	1	Ruang tunggu bersih dan nyaman	3.590	2.940	1.060	3.805
2	6	Toilet bersih dan nyaman	3.610	2.960	1.040	3.754
3	5	Tempat ganti oli kendaraan bersih dan nyaman	3.580	3.000	1.000	3.580
4	10	Jenis jasa yang diberikan sudah lengkap	3.480	3.060	0.940	3.271
5	7	Tempat duduk diruang tunggu nyaman	3.590	3.150	0.850	3.052
6	28	Mekanik dapat berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan	3.510	3.160	0.840	2.948

Tabel 7. Prioritas Perbaikan Pendapatan Responden Bengkel > 3 Juta

Prioritas	Var	Pertanyaan	NIK I	NIK P	4-NIK P	Indeks
1	6	Toilet bersih dan nyaman	3.614	2.916	1.084	3.919
2	1	Ruang tunggu bersih dan nyaman	3.590	2.976	1.024	3.677
3	10	Jenis jasa yang diberikan sudah lengkap	3.494	3.024	0.976	3.410
4	5	Tempat ganti oli kendaraan bersih dan nyaman	3.578	3.060	0.940	3.363
5	7	Tempat duduk diruang tunggu nyaman	3.639	3.120	0.880	3.200
6	28	Mekanik dapat berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan	3.554	3.145	0.855	3.040

Tabel 8. Prioritas Perbaikan Kedatangan Responden Bengkel > 5 Kali

Prioritas	Var	Pertanyaan	NIK I	NIK P	4-NIK P	Indeks
1	1	Ruang tunggu bersih dan nyaman	3.655	2.966	1.034	3.781
2	6	Toilet bersih dan nyaman	3.552	2.966	1.034	3.674
3	10	Jenis jasa yang diberikan sudah lengkap	3.466	2.983	1.017	3.525
4	5	Tempat ganti oli kendaraan bersih dan nyaman	3.569	3.017	0.983	3.507
5	7	Tempat duduk diruang tunggu nyaman	3.603	3.069	0.931	3.355
6	28	Mekanik dapat berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan	3.448	3.155	0.845	2.913

Bila dibandingkan prioritas perbaikan yang diinginkan oleh responden bengkel mobil berdasarkan segmentasi jumlah pendapatan > 3 juta dan jumlah kedatangan > 5 kali ternyata mempunyai variabel yang sama pada kuadran 1 hanya berbeda urutan prioritasnya saja. Hal ini dapat menjadi masukan bagi perusahaan agar responden pada segmentasi tersebut loyal terhadap perusahaan.

Usulan perbaikan dilakukan terhadap 3 variabel berdasarkan urutan nilai indeks terbesar. Rekapitulasi prioritas perbaikan bengkel dan cuci mobil dapat dilihat pada Tabel 6. Usulan perbaikan mempertimbangkan kondisi perusahaan saat ini, selanjutnya mencari akar masalah penyebab rendahnya tingkat kepuasan pelayanan yang diberikan bengkel dan cuci mobil Otto Clean. Usulan perbaikan untuk masing-masing variabel bengkel mobil Otto Clean dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Usulan Perbaikan Untuk Masing-Masing Variabel Bengkel Mobil

No	Variabel	Kondisi perusahaan	Akar Masalah	Usulan Perbaikan
1	Ruang tunggu bersih dan nyaman	Kondisi ruang tunggu di bengkel dan cuci mobil Otto Clean kurang terawat dan posisi ruang tunggu yang tidak memiliki kaca pembatas dengan tempat servis akan menyebabkan debu mudah masuk ke ruang tunggu	Tidak ada petugas khusus untuk memelihara kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu.	a. Menugaskan pegawai untuk membersihkan seluruh kegiatan yang menyangkut kebersihan dan kenyamanan fasilitas bengkel dan cuci. b. Memberi kaca pembatas antara ruang tunggu dan tempat servis. c. Melakukan pengawasan terhadap kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu dengan cek list kegiatan pengawasan
2	Toilet bersih dan nyaman	Kondisi toilet di bengkel dan cuci mobil Otto Clean kurang terawat karena toilet jarang dibersihkan.	Tidak ada petugas khusus untuk membersihkan toilet secara rutin dan kurangnya pengawasan dari pihak Otto Clean terhadap kebersihan toilet.	a. Menugaskan pegawai untuk membersihkan seluruh kegiatan yang menyangkut kebersihan dan kenyamanan fasilitas bengkel dan cuci. b. Melakukan pengawasan secara rutin terhadap kebersihan toilet dengan cek list kegiatan pengawasan.
3	Tempat ganti oli kendaraan bersih dan nyaman	Tempat ganti oli kotor dikarenakan banyak pasir dan oli berceceran.	Tidak ada petugas khusus untuk membersihkan tempat ganti oli secara rutin dan kurangnya pengawasan dari pihak Otto Clean terhadap kebersihan tempat ganti oli.	a. Menugaskan pegawai untuk membersihkan seluruh kegiatan yang menyangkut kebersihan dan kenyamanan fasilitas bengkel dan cuci. b. Membersihkan tempat ganti oli secara rutin setelah selesai dipakai.
4	Jenis jasa yang diberikan sudah lengkap	Jasa yang diberikan perusahaan hanya berdasarkan kemampuan perusahaan.	Kurangnya perlengkapan seperti <i>spare part</i> dan peralatan.	Menambah perlengkapan yang banyak digunakan untuk keperluan konsumen seperti <i>spare part</i> dan peralatan.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pengumpulan dan pengolahan data, kesimpulan yang diperoleh, meliputi: variabel yang berada pada kuadran 1 sebagian besar sudah diatas nilai 3 (puas) tetapi masih berada dibawah nilai rata-rata tingkat kepuasan, sehingga perusahaan harus melakukan peningkatan kualitas pelayanan agar pelanggan loyal terhadap perusahaan.

6.2 Saran

Sebaiknya perusahaan melakukan peningkatan kualitas pelayanan terhadap variabel yang berada pada kuadran 1 berdasarkan urutan prioritas. Jika pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka pelanggan akan loyal terhadap perusahaan

REFERENSI

Singarimbun, M. (2008). *Metodologi Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.

Tjiptono, F. dan Gregorius, C. (2007). *Service Quality & Satisfication*. Andi. Yogyakarta.