

# USULAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN JASA PADA BENGKEL HONDA AHMAD YANI DENGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE MATRIX*\*

OKI SALEH HAFEZ, R. HARI ADIANTO, GITA PERMATA L.

Jurusan Teknik Industri  
Institut Teknologi Nasional (Itenas) Bandung

Email: okisaleh32@gmail.com

## ABSTRAK

*Penelitian ini dilakukan dibengkel Resmi Honda Ahmad Yani Bandung untuk meningkatkan kualitas pelayanan jasa dengan menggunakan metode Importance Performance Matrix (IPM). Data yang digunakan didapat dari hasil penyebaran kuisioner yang terdiri dari 33 pertanyaan berdasarkan 5 dimensi pokok kualitas jasa. Dalam penelitian ini dilakukan perhitungan Nilai Indeks Kinerja (NIK) yang dilakukan secara keseluruhan dan berdasarkan segmentasi. Hasil perhitungan Nilai Indeks Kinerja (NIK) rata-rata, didapat NIK tingkat kepentingan adalah sebesar 3,705 dan NIK tingkat kepuasan sebesar 3,132. Hasil dari perhitungan NIK dipetakan menggunakan metode Importance Performance Matrix (IPM) yang terdiri ke dalam 4 kuadran dalam diagram kartesius dan didapat 9 variabel yang harus dilakukan perbaikan dan peningkatan kualitas jasa.*

**Kata kunci:** *Pelayanan jasa, Kepuasan pelanggan, Importance Performance Matrix (IPM), Nilai indeks kinerja, usulan perbaikan*

## ABSTRACT

*This research was conducted by Honda Ahmad Yani Bandung to improve of service quality using Importance Performance Matrix (IPM). The data used come from the results of questionnaire consisting of 33 questions based on the 5 key dimensions of service quality. In this research the calculation of Value Performance Index (NIK) is performed as a whole and based segmentation. Results of calculation Value Performance Index (NIK) on average, NIK gained importance level is equal to 3,705 and NIK satisfaction level of 3.132. Results of calculation NIK mapped using Importance Performance Matrix (IPM), which consists into 4 quadrants in Cartesian diagram and gained 9 variables that must be repaired and improved quality of services.*

**Keywords :** *Services , customer satisfaction , Importance Performance Matrix (IPM) , Nilai indeks kinerja , the 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 Pengantar

Semakin marak dan ketatnya persaingan antara perusahaan-perusahaan pada saat ini, mengharuskan suatu perusahaan yang ingin berkembang dan bersaing dengan perusahaan lain harus dapat memanfaatkan fungsi dari suatu perusahaan itu sendiri yaitu pelaksanaan pemasaran dan pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya. Suatu perusahaan yang sukses itu memiliki persamaan dan memiliki komitmen yang baik dan kuat dalam segi pelayanan (Kotler, 1997). Perusahaan yang sukses juga memotivasi semua pihak dalam organisasinya untuk menghasilkan nilai yang baik dan unggul dimata konsumen mereka. Hal tersebut dapat menghasilkan tingkat kesetiaan dan loyalitas yang tinggi dari para konsumen.

Honda Ahmad Yani adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang perbaikan kendaraan bermotor roda empat khusus Honda. Meskipun telah memberikan pelayanan yang baik, keluhan dan ketidakpuasan dari pihak konsumen masih terus ada, seperti dari segi pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel sendiri yang dirasa masih kurang, seperti ketidak sesuaian waktu dalam perbaikan atau *service*, tidak tersedia daftar harga yang jelas, minimnya ketersediaan makanan dan minuman yang ada pada ruang tunggu serta parkir yang kurang memadai bagi konsumen yang sedang ingin memperbaiki kendaraannya pada hari-hari tertentu atau pada saat ramai seperti di hari sabtu. Hal tersebut harus segera untuk ditanggulangi bagi pihak Honda Ahmad Yani yang seharusnya perlu mengetahui atribut-atribut kepentingan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Importance Performance Matrix*.

### 1.2 Identifikasi Masalah

Masih banyaknya keluhan konsumen terhadap kualitas pelayanan di tempat service mobil tersebut, misalnya dari segi pelayanan dari pihak pengelola bengkel yang terlalu santai atau ketidak tepatan waktu yang mengakibatkan konsumen menunggu terlalu lama, tidak tersedia daftar harga, minimnya makanan dan minuman pada ruang tunggu serta parkir yang minim. Hal tersebut tidak dapat dibiarkan dan menuntut agar pihak Honda Ahmad Yani segera mengatasi dan memperbaiki kualitas pelayanan di tempat service mobil tersebut. Untuk dapat mengetahui seberapa besar tingkat pelayanan dan tingkat kepuasan yang diterima konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Honda Ahmad Yani Bandung, maka dari itu hal tersebut perlu diamati dan diteliti terlebih dahulu. Salah satu metode yang akan digunakan adalah metode *Importance Performance Matrix*. Dalam penelitian yang dilakukan di bengkel HONDA AHMAD YANI, dilakukan berdasarkan lima komponen utama menurut Parasuraman (1990) yaitu *Tangible* (bukti nyata), *Emphaty* (empati), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), dan *Assurance* (jaminan).

## 2. STUDI LITERATUR

### 1.1 Kualitas Jasa

Meurut Parasuraman dalam (Lupiyoadi, 2006) Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha-usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang dengan harapan konsumen.

Ada lima dimensi pokok kualitas jasa pelayanan meurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2006) yaitu:

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.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
  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 (*assurance*), yaitu pengetahuan, kemampuan, dan kesopanan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
  5. Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

## 2.2 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2001) Teknik sampling terdiri dari dua kelompok besar yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Perbedaan kedua kelompok tersebut terletak pada peluang elemen populasi, dimana populasi dipilih sebagai subjek dalam sampel tersebut.

## 2.3 Penentuan Jumlah Sampel

Terdapat beberapa cara dalam penentuan sampel Sugiyono (2001), berikut beberapa cara dalam menentukan sampel :

1. Menurut Husein

Jumlah sampel minimal untuk populasi yang tidak terbatas dapat dihitung dengan rumus:

$$N = \frac{(Z\alpha/2)^2}{4e^2} \quad (1)$$

dimana :

n = Jumlah Sampel Minimal.

e = Estimasi Kesalahan.

2. Metode *Churcill*

Rumus yang digunakan pada metode ini untuk populasi yang tidak terbatas atau tidak diketahui, dapat dilihat sebagai berikut :

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot \sigma^2}{B^2} \quad (2)$$

$$B = e \cdot \mu$$

dimana :

n = ukuran sampel minimum

Z $\alpha$  = nilai pada tabel distribusi normal dengan *significance level* sebesar  $\alpha$ .

$\sigma^2$  = variansi populasi

B = *Bound of error estimation*

e = Precision Level

$\mu$  = Untuk skala *likert* (Skala 5)       $\mu = 3$

## 2.4 Kuesioner

Menurut Zeithaml (1990), kuesioner merupakan salah satu alat ukur yaitu dengan membagikan suatu pertanyaan oleh peneliti untuk diisi oleh responden atau individu yang diteliti. Kuesioner tepat digunakan jika responden R memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk menuangkan pikiran secara tertulis.

## 2.5 Perancangan Dan Pengujian Alat Ukur

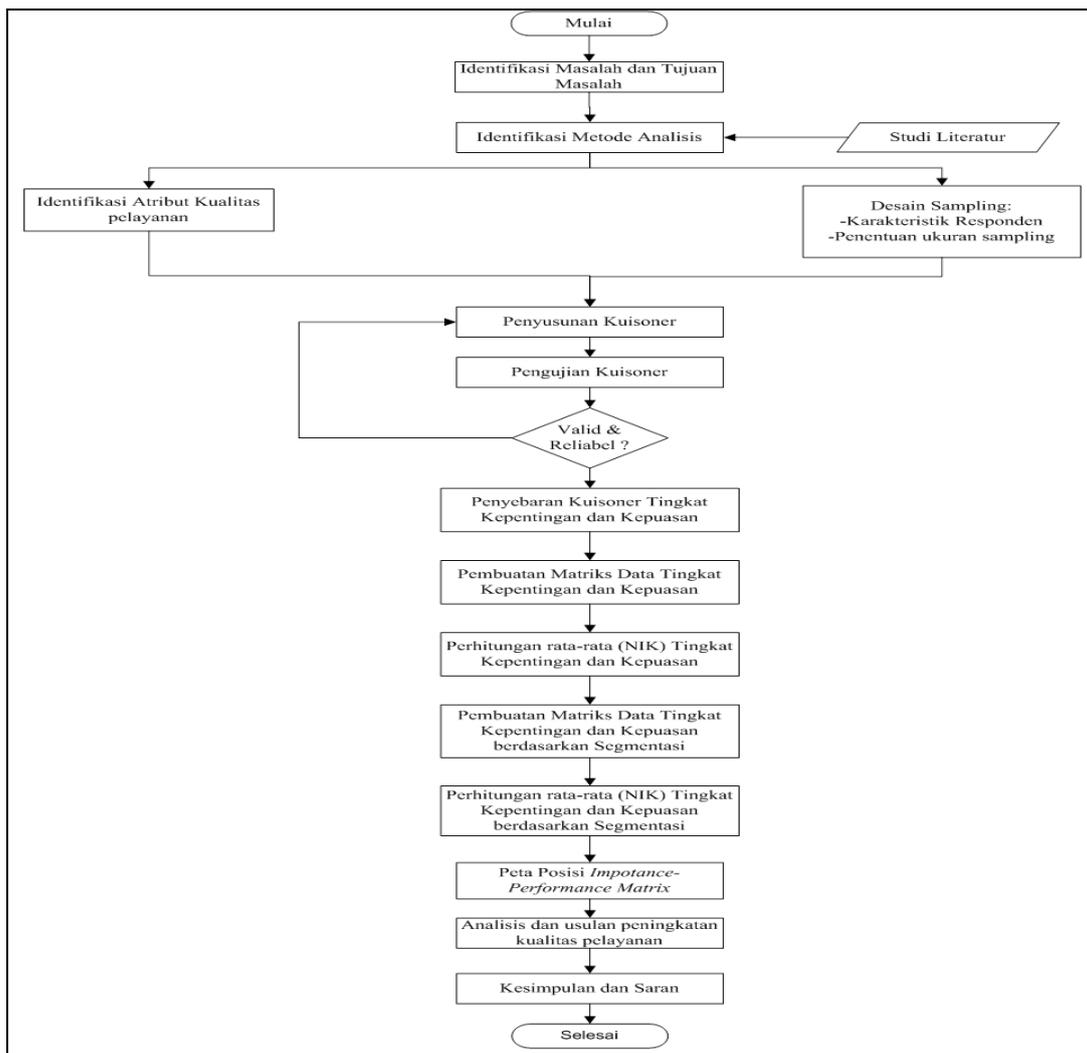
Menurut Zeithaml (1990), dalam suatu penelitian pengukuran perlu dilakukan untuk dapat menghubungkan konsepnya yang abstrak dengan realitas. Dengan mencari ukuran yang paling tepat untuk suatu konsep, peneliti kadang dapat merumuskan lebih tepat dan lebih cermat konsep penelitiannya.

## 2.6 Importance-Performance Matrix (Ipm)

Importance-Performance Matrix dikemukakan oleh Imartilla & James (1997) dalam Tjiptono (2005) dalam artikel yang berjudul "Importance Performance Matrix" yang dipublikasikan di *Journal of Marketing*. Teknik ini membandingkan *performance* dengan *importance* yang kemudian akan diplot pada diagram *cartesius* yang terdiri atas empat kuadran. Berdasarkan plot yang dibuat dapat diketahui keberadaan tiap variabel di kuadran yang tersedia. Tiap kuadran menggambarkan terjadinya suatu kondisi yang berbeda dengan kuadran lainnya.

## 3. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Metodologi penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metodologi Penelitian

## 4. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

### 4.1 Pengumpulan Data

1. Penyusunan kuesioner  
Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengelompokan atribut yaitu berdasarkan dimensi suatu jasa yang terdiri atas lima dimensi kualitas pelayanan jasa, yaitu:
  - a. *Tangible* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi penyedia jasa.
  - b. *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
  - c. *Responsiveness* (daya tanggap), yakni kemampuan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
  - d. *Assurance* (jaminan), perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan.
  - e. *Empathy*, meliputi kemudahan hubungan, komunikasi yang baik dan dapat memahami kebutuhan para pelanggan.
2. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan  
Pada tahap ini pertanyaan dibagikan kepada 30 responden berdasarkan tingkat kepentingan yang berbeda yaitu dari tingkat sangat tidak penting, tidak penting, penting, dan sangat penting. Hasil seluruh jawaban responden untuk setiap atribut dirata-ratakan, jika nilai kepentingan rata-rata atribut lebih besar atau sama dengan 3 maka atribut tersebut dianggap penting dan akan dipilih. Jika nilai kepentingan rata-rata atribut lebih kecil dari 3, maka atribut tersebut dianggap tidak penting dan tidak akan dipilih.
3. Pengujian Alat Ukur Kuesioner Pendahuluan
  - a. Uji Validitas  
Contoh perhitungan uji validitas manual:  
Diketahui:  
 N : Jumlah Subjek (responden) : 30  
 $\sum X$  : Jumlah x (skor butir) : 111  
 $\sum X^2$  : Jumlah skor butir kuadrat : 419  
 $\sum Y$  : Jumlah Y (skor faktor) : 3572  
 $\sum Y^2$  : Jumlah skor faktor kuadrat : 427376  
 $\sum XY$  : Jumlah perkalian x & y : 13293  

$$r = \frac{N(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i \cdot \sum Y_i)}{\sqrt{[N \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][N \cdot \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

$$r = \frac{30(13293) - (111 \times 3572)}{\sqrt{[30 \times 419 - (111)^2][30 \times 427376 - (3572)^2]}} = 0.548$$
 Dari perhitungan semua atribut dinyatakan valid dengan nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai *Pearson Correlation* r tabel yang bernilai sebesar 0.361 (jumlah sampel (N) sebanyak 30 buah dan  $\alpha = 5\%$ ).
  - b. Uji Reliabilitas  
Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan 30 sampel.
  - c. Hasil perhitungan  $r_{alpha}$  dengan menggunakan bantuan *Software Microsoft Office Excel* adalah 0,995
  - d. Membandingkan besar nilai  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$   
Jika  $r_{hitung} \geq 0.7$  maka  $H_0$  diterima

Jika  $r_{hitung} < 0.7$  maka  $H_0$  ditolak

Nilai  $r_{hitung} = 0.995 \geq 0.7$ , maka  $H_0$  diterima dan dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil pengukuran dengan menggunakan kuesioner dikatakan reliabel.

e. Membuat keputusan dari hasil yang telah didapat.

Contoh perhitungan uji reliabilitas untuk atribut pertanyaan ke-1.

Diketahui:

$r_i$  = Reliabilitas Instrumen

$k$  = Banyaknya Butir Pernyataan : 33

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah Varians Butir : 42,205

$\sigma^2$  = Varians Total : 1234,365

$$r_i = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right] \tag{4}$$

$$r_i = \frac{33}{33-1} \left[ 1 - \frac{42,205}{1234,365} \right] = 0,995$$

f. Penyusunan Kuesioner Utama

Dalam penyusunan kuesioner utama atribut-atribut pertanyaan yang digunakan berasal dari kuesioner pendahuluan yang telah dilakukan pengukuran uji validitas dan reliabilitas sehingga hanya terdapat 33 atribut pertanyaan yang dianggap penting. Penyusunan kuesioner utama ini dilakukan secara dua bagian yaitu kuesioner tingkat kepentingan dan kuesioner dalam tingkat kepuasan, pada masing-masing kuesioner penilaian yang dilakukan yaitu dengan menggunakan skala *likert* dengan diberi empat penilaian dari satu sampai empat, yaitu: Sangat Tidak Penting, Tidak Penting, Penting, dan Sangat Penting.

4. Matriks Data Mentah Tingkat Kepentingan (*Importance*) Dan Tingkat Kepuasan (*Performance*)

Data tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden. Data matriks yang telah diperoleh dari ke 100 responden ini kemudian diolah berdasarkan tingkat kepentingan serta kepuasan responden.

## 4.2 Pengolahan Data

Pada tahap ini dilakukan pengolahan matriks data mentah dengan menggunakan *Importance Performance Matrix*. Berikut ini adalah tahap-tahap pengolahannya.

1. Perhitungan Nilai Indeks Kinerja

Matriks data mentah tingkat kepentingan (*Importance*) dan tingkat kepuasan (*Performance*) yang telah didapat, kemudian dihitung untuk mendapatkan Nilai Indeks Kerja (NIK) tingkat kepentingan (*Importance*) dan tingkat kepuasan (*Performance*).

2. Penentuan Posisi Variabel-Variabel Dengan Menggunakan *Importance Performance Matrix* (Ipm)

Peta posisi *Importance Performance Matrix* jasa pelayanan bengkel honda ahmad yani secara keseluruhan dapat dilihat pada Gambar 2.



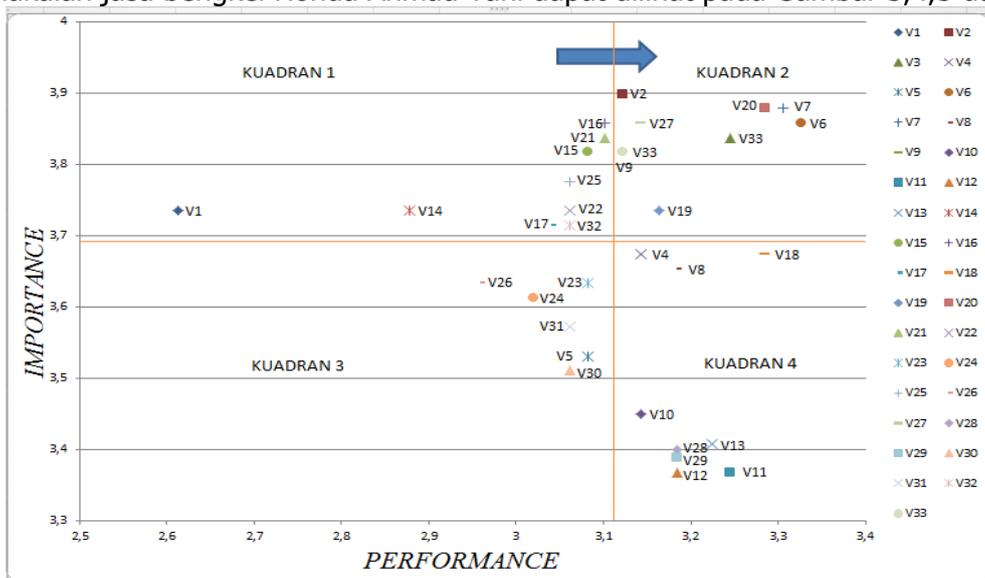
Gambar 2. Peta Posisi Variabel Keseluruhan

3. Segmentasi *Importance* dan *Performance*

Setelah dilakukan perhitungan NIK keseluruhan dan didapat hasil dari penentuan variabel dalam kuadran pada peta posisi, selanjutnya dilakukan pengolahan data menurut segmentasi yang telah ditentukan, karena tidak semua konsumen bisa dianggap setara dilihat dari kepentingan yang diinginkan berbeda begitu juga dengan kepuasannya.

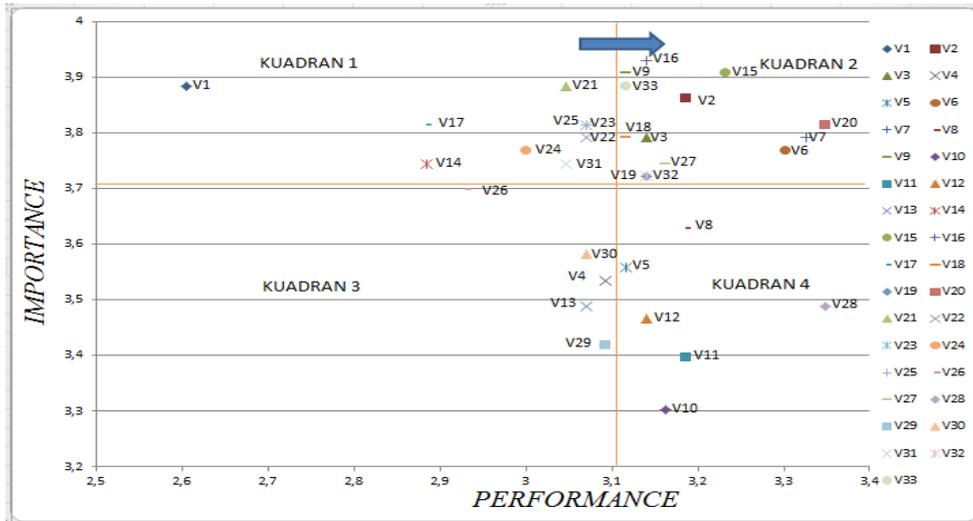
Segmentasi dilakukan dengan membagi konsumen berdasarkan pemakaian jasa serta penghasilan per bulannya. Pembagian berdasarkan pemakaian jasa dibagi menjadi 2 yaitu pemakaian jasa 1 s/d 3 kali dan >3 kali, sedangkan pembagian berdasarkan penghasilan konsumen per bulannya di bagi menjadi pendapatan 1 jt s/d 3 jt dan >3 jt per bulannya.

Berikut hasil pemetaan pada peta *importance-performance* berdasarkan jumlah pemakaian jasa bengkel Honda Ahmad Yani dapat dilihat pada Gambar 3,4,5 dan 6

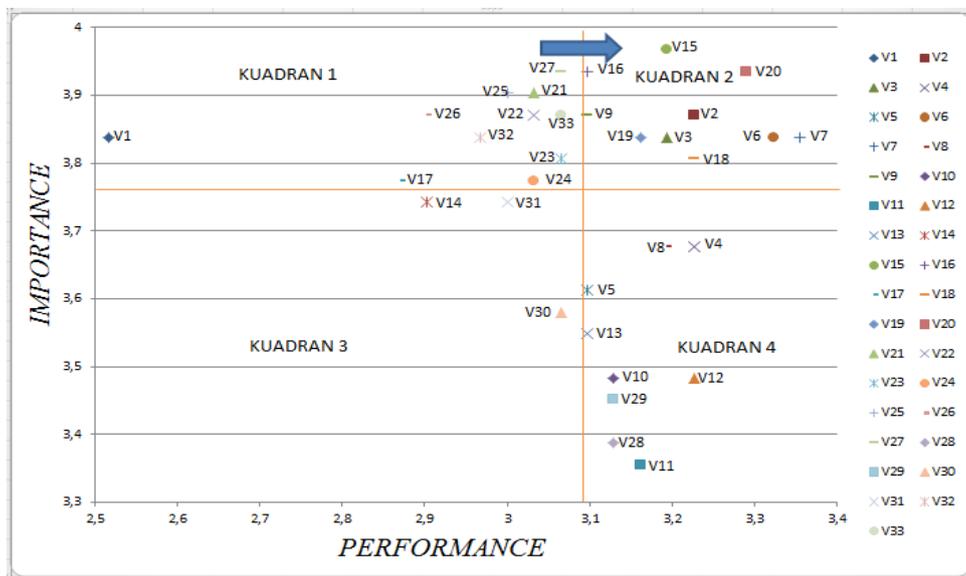


Gambar 3. Peta *Importance-Performance* Pemakaian Jasa 1 s/d 3 kali

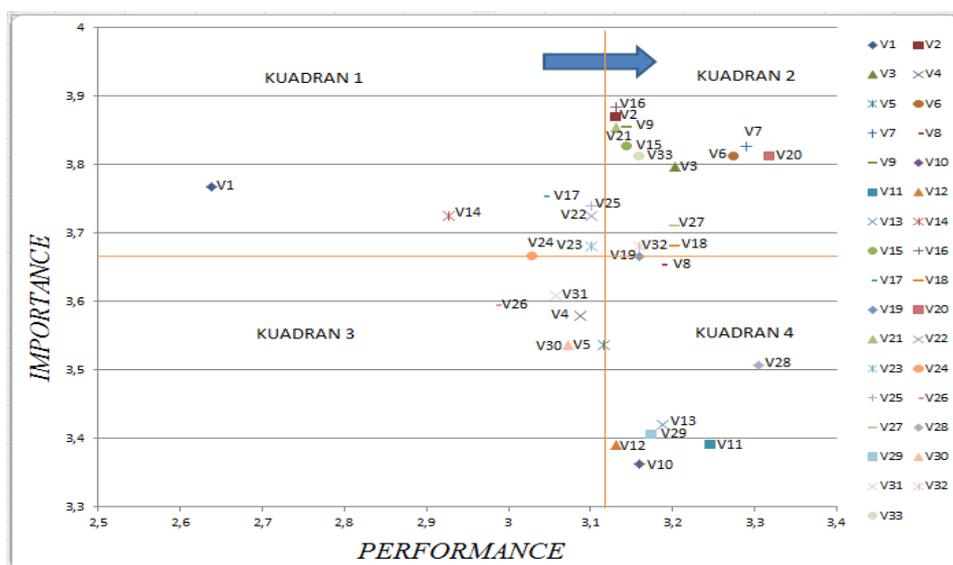
Usulan Peningkatan Pelayanan Kualitas Jasa Pada Bengkel Honda Ahmad Yani Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Matrix



Gambar 4. Peta *Importance-Performance* Pemakaian Jasa >3 kali



Gambar 5. Peta *Importance-Performance* Pendapatan 1 jt s/d 3 jt



Gambar 6. Peta *Importance-Performance* Pendapatan >3 jt

## 5. ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

### 5.1 Analisis Nilai Indeks Kinerja (Nik) Rata-Rata

Pada pengolahan data di Bab IV, didapat nilai NIK rata-rata tingkat kepentingan (*Importance*) dan tingkat kepuasan (*Performance*). Berikut hasil perhitungan hasil *NIK* dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Perhitungan Nilai Indeks Kinerja**

	<i>Importance</i>	<i>Performance</i>
<i>NIK</i>	3,705	3,132

Dari hasil perhitungan Nilai Indeks Kinerja (NIK) rata-rata, didapat NIK tingkat kepentingan adalah sebesar 3,705 dan NIK tingkat kepuasan sebesar 3,132. Hal ini menjelaskan bahwa masih ada beberapa pelayanan yang dirasa masih kurang oleh pelanggan.

### 5.2 Analisis *Importance Performance Matrix* Keseluruhan

Pada analisis *Importance Performance Matrix* menganalisis atribut-atribut pertanyaan yang masuk pada kuadran 1, yaitu merupakan wilayah yang memuat variabel yang menurut pelanggan penting tetapi pada kenyataannya variabel tersebut belum sesuai dengan keinginan pelanggan. Berikut adalah variabel yang masuk pada kuadran 1 dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Atribut Keseluruhan Pada Kuadran 1**

NO. VARIABEL	ATRIBUT PERTANYAAN
1	Ketersedian tempat parkir yang luas
14	Ketersedian daftar harga
17	Kesesuaian atau ketepatan waktu pelayanan
21	Keahlian mekanik dalam melakukan perbaikan
22	Kesopanan receptionis dalam pelayanan
23	Kesopanan administrasi dalam pelayanan
25	Mekanik yang bertanggung jawab terhadap hasil kerja

### 5.3 Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Bengkel Honda Ahmad Yani

Usulan perbaikan untuk bengkel Honda Ahmad Yani berdasarkan atribut yang masuk pada kuadran 1 untuk peta *Importance Performance* keseluruhan. Selain itu prioritas perbaikan disusun berdasarkan nilai NIK terkecil, prioritas perbaikan dan usulan perbaikan dapat dilihat pada Tabel 3.

### 5.4 Analisis *Importance Performance Matrix* Berdasarkan Segmentasi

Berikut merupakan atribut-atribut yang masuk pada kuadran 1 untuk bengkel berdasarkan segmentasi jumlah pemakaian jasa >3 kali dan pendapatan >3 juta ditampilkan pada Tabel 4 dan Tabel 5.

**Tabel 4. Atribut Berdasarkan Pemakaian Jasa >3 Kali Pada Kuadran 1**

NO. VARIABEL	ATRIBUT PERTANYAAN
1	Ketersedian tempat parkir yang luas
14	Ketersedian daftar harga
17	Kesesuaian atau ketepatan waktu pelayanan
21	Keahlian mekanik dalam melakukan perbaikan
22	Kesopanan receptionis dalam pelayanan
23	Kesopanan administrasi dalam pelayanan
24	Kesopanan mekanik dalam menghadapi pelanggan
25	Mekanik yang bertanggung jawab terhadap hasil kerja
31	Kepedulian mekanik terhadap keinginan pelanggan

*Usulan Peningkatan Pelayanan Kualitas Jasa Pada Bengkel Honda Ahmad Yani Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Matrix*

**Tabel 5. Atribut Berdasarkan Pendapatan >3 juta Pada Kuadran 1**

NO. VARIABEL	ATRIBUT PERTANYAAN
1	Ketersedian tempat parkir yang luas
14	Ketersedian daftar harga
17	Kesesuaian atau ketepatan waktu pelayanan
22	Kesopanan receptionis dalam pelayanan
23	Kesopanan administrasi dalam pelayanan
24	Kesopanan mekanik dalam menghadapi pelanggan
25	Mekanik yang bertanggung jawab terhadap hasil kerja

Berdasarkan rekapitulasi atribut-atribut yang masuk kuadran 1 pada peta *Importance Performance* berdasarkan segmentasi pemakaian jasa >3 kali dengan pendapatan >3 juta terdapat kesamaan atribut-atribut yang masuk pada kuadran 1 pada peta *Importance Performance* keseluruhan, perbedaan hanya terdapat pada variabel 24 dan 31.

**Tabel 3. Usulan Perbaikan Bengkel HONDA AHMAD YANI**

No	No Atribut	Prioritas	Atribut	Kondisi Bengkel	Akar Masalah	Usulan Perbaikan
1	22	0,499	Kesopanan receptionis dalam pelayanan	Nada suara yang terlalu tinggi saat menghadapi pelanggan dan terkesan cuek	Kurangnya pengetahuan akan cara yang baik dalam menghadapi pelanggan	Sebaiknya bagian receptionis sangat dianjurkan kesopannya untuk kenyamanan pelanggan, perekrutan lebih diperhatikan
2	23	0,250	Kesopanan administrasi dalam pelayanan	Bagian administrasi terlalu sibuk dengan pekerjaannya sehingga pelanggan merasa kurang diperhatikan	Terlalu sibuknya bagian administrasi dengan pekerjaannya yang memang banyak dan minimnya jumlah bagian administrasi yang ada	Penambahan atau perekrutan pada bagian administrasi agar pelanggan tidak merasa kurang diperhatikan
3	21	0,212	Keahlian mekanik dalam melakukan perbaikan	Banyaknya mekanik yang masih dalam proses training sehingga masih ada kesalahan atau kekurangan dalam perbaikan yang dirasakan pelanggan	Belum adanya bagian HRD di HONDA AHMAD YANI	Pengadaan bagian HRD di HONDA AHMAD YANI agar persiapan maupun seleksi tenaga kerja lebih diperhatikan
4	17	0,189	Kesesuaian atau ketepatan waktu pelayanan	Waktu perbaikan yang telah ditentukan tidak sesuai dengan lama pengerjaan	Masih kurangnya pengetahuan mekanik dalam proses perbaikan yang disebabkan masih banyaknya mekanik yang masih magang	Kepala bengkel lebih memperhatikan hasil kerja dari mekanik yang masih magang, sehingga lama waktu pengerjaan tidak menjadi lama dikarenakan kurangnya pengetahuan mekanik yang masih magang
5	1	0,154	Ketersedian tempat parkir yang luas	Kondisi tempat parkir yang ada terlalu kecil dan bedesakan	Pengelola bengkel atau parkir kurang memperhatikan akan fasilitas parkir yang disediakan	Sebaiknya sarana tempat parkir yang sudah ada lebih diperhatikan kerapihannya, dan diatur secara rapi agar tidak terlalu sempit
6	25	0,063	Mekanik yang bertanggung jawab terhadap hasil kerja	Mekanik terkesan terburu buru dalam melakukan perbaikan	Kurangnya rasa tanggung jawab yang dimiliki oleh mekanik	Lebih meningkatkan kepedulian terhadap pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan hasil perbaikan
7	14	0,036	Ketersedian daftar harga	Hanya tertera di komputer bagian administrasi sehingga pelanggan harus bertanya terlebih dahulu sebelum melakukan perbaikan	Tidak tersedianya daftar harga tertulis yang dapat dilihat langsung oleh pelanggan	Menyediakan price list secara tertulis maupun melalui media elektronik yang dapat dilihat oleh konsumen

### **5.5 Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Bengkel Honda Ahmad Yani Berdasarkan Segmentasi**

Usulan perbaikan untuk bengkel Honda Ahmad Yani berdasarkan atribut yang masuk pada kuadran 1 untuk peta *Importance Performance* berdasarkan segmentasi berada pada variabel 24 dan variabel 31.

- a. Variabel 24 (Kesopanan mekanik dalam menghadapi pelanggan), kondisi saat ini mekanik dirasa kurang dapat berinteraksi dengan baik kepada pelanggan, hal ini disebabkan oleh terlalu banyaknya pekerjaan seorang mekanik yang mengakibatkan mekanik merasa lelah. Usulan perbaikan seharusnya kepala bengkel lebih memperhatikan jam istirahat untuk mekanik agar mekanik tidak terlalu lelah dan dapat berinteraksi dengan baik kepada pelanggan.
- b. Variabel 31 (Kepedulian mekanik terhadap keinginan pelanggan), kondisi saat ini mekanik adalah faktor utama dalam perbaikan kendaraan yang datang ke bengkel Honda Ahmad Yani. Menurut konsumen mekanik terlalu cuek dalam menanggapi keinginan dari pelanggan dan hanya melakukan perbaikan sesuai dengan tugas yang diberikan oleh bagian kepala bengkel saja. Usulan perbaikan seharusnya mekanik lebih memperhatikan keinginan pelanggan dan dapat berinteraksi dengan baik kepada pelanggan sehingga pelanggan akan merasa lebih puas dan juga meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap kinerja mekanik.

## **6. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **6.1 KESIMPULAN**

1. Pelayanan yang ada pada Honda Ahmad Yani dirasa masih kurang, dari hasil perhitungan Nilai Indeks Kinerja (NIK) rata-rata, didapat NIK tingkat kepentingan adalah sebesar 3,705 dan NIK tingkat kepuasan sebesar 3,132.
2. Berdasarkan pengolahan data yang dilakukan menggunakan *Performance Importance Matrix* pada kuadran 1 responden merasa faktor-faktor dianggap penting akan tetapi kurangnya perhatian dari pihak bengkel sehingga belum sesuai dengan harapan yang diinginkan responden. Usulan perbaikan yang dilakukan berdasarkan segmentasi jumlah pemakaian jasa >3 kali dan pendapatan > 3 juta, karena pada segmen tersebut jumlah responden lebih banyak dibanding dengan segmen lain.
3. Dari 36 atribut pertanyaan setelah dilakukan perhitungan uji validitas dan reabilitas dan didapat 33 atribut yang terpilih, karena 3 atribut yang terbuang dianggap tidak penting
4. Terdapat 9 variabel yang harus dilakukan perbaikan dan peningkatan kualitas jasa, yaitu.
  - a. Variabel 1 (Ketersediaan tempat parkir yang luas)
  - b. Variabel 14 (Ketersediaan daftar harga)
  - c. Variabel 17 (Kesesuaian atau ketepatan waktu pelayanan)
  - d. Variabel 21 (Keahlian mekanik dalam melakukan perbaikan)
  - e. Variabel 22 (Kesopanan receptionis dalam pelayanan)
  - f. Variabel 23 (Kesopanan administrasi dalam pelayanan)
  - g. Variabel 24 (Kesopanan mekanik dalam menghadapi pelanggan)
  - h. Variabel 25 (Mekanik yang bertanggung jawab terhadap hasil kerja)
  - i. Variabel 31 (Kemampuan komunikasi yang baik mekanik dengan pelanggan)

## **6.2 SARAN**

Berdasarkan hasil dari penelitian saran yang diberikan kepada pihak bengkel adalah harus lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan. Peningkatan pelayanan sebaiknya segera dilakukan agar pelanggan dapat merasa puas. Usulan perbaikan untuk peningkatan kualitas yang telah dihasilkan dalam penelitian tugas akhir ini dapat dipertimbangkan dan diterapkan oleh Honda Ahmad Yani

## **REFERENSI**

Kotler, Phillip, 2000, "*Strategi Pemasaran*", Andi Offset, Yogyakarta.

Lupiyoadi, Rambat. dan Hamdani, A., 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.

Sugiyono, 2001, "*Metode Penelitian Bisnis*", Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, Fandy. dan Chandra, Gregorius., 2005, *Service Quality & Satisfaction*, ANDI, Yogyakarta.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. dan Berry, L.L., 1990, *Delivering Quality Service*, New York.