

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Semakin tingginya mobilitas masyarakat tentunya kebutuhan akan sarana transportasi pun semakin meningkat. Alat transportasi memudahkan masyarakat dalam bepergian ke tempat yang dituju. Sebagian masyarakat lebih memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi dibandingkan menggunakan transportasi umum. Kendaraan pribadi dirasa lebih aman dan juga lebih fleksibel dibandingkan dengan transportasi umum. Adapun kendaraan pribadi yang umumnya menjadi pilihan masyarakat Indonesia diantaranya yaitu sepeda, sepeda motor dan mobil. Dari beragam jenis kendaraan pribadi tersebut, sepeda motor menjadi kendaraan pribadi yang banyak digunakan.

Semakin maraknya pengguna sepeda motor, masyarakat tentunya membutuhkan jasa perawatan dan perbaikan agar sepeda motor tetap dalam kondisi yang baik. Melihat peluang ini perusahaan otomotif tidak hanya memproduksi produk sepeda motor semata namun juga menyediakan layanan bengkel. Bengkel yang merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa, tentunya pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan agar konsumen merasa puas. Beragam cara dilakukan oleh pelaku usaha di bidang jasa bengkel untuk dapat memuaskan pelanggan, hal ini bukan tanpa alasan setiap konsumen tentunya menginginkan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan apa yang mereka harapkan sehingga terciptalah kepuasan konsumen. Kepuasan pelanggan akan tercipta apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan baik serta sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan namun jika kualitas yang diberikan rendah maka akan mengakibatkan rasa ketidakpuasan dari pelanggan (Sholeha dkk, 2018:18).

Sebuah perusahaan harus terus berusaha untuk dapat memberikan pelayanan jasa yang berkualitas karena kualitas pelayanan memberikan dampak yang sangat penting bagi suatu perusahaan jasa yaitu berkaitan dengan mempertahankan dan mendapatkan pelanggan baru. Apabila kualitas yang diberikan perusahaan telah

baik maka bukan tidak mungkin jumlah pelanggan akan meningkat dikarenakan pelanggan datang kembali karena kualitas pelayanan yang dirasakannya sangat baik. Konsumen akan merekomendasikan jasa kepada orang lain dengan begitu perusahaan pun akan mendapatkan konsumen baru. Konsumen yang puas dengan pelayanan yang berkualitas dari perusahaan jasa maka konsumen akan memberikan komentar positif mengenai perusahaan kepada orang lain, dengan begitu reputasi perusahaan di mata konsumen akan baik dan berkualitas.

Usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan yang bergerak di bidang jasa bengkel harus menciptakan kualitas pelayanan yang tinggi. Sebuah perusahaan harus memberikan pelayanan melebihi harapan konsumen dengan begitu pelanggan akan merasa puas. Maka dari itu perusahaan harus mengetahui harapan dan yang dibutuhkan pelanggan, karena pelanggan merupakan pihak yang membeli dan menikmati jasa maka pelangganlah yang dapat menilai tingkat kualitas sebuah jasa perusahaan (Tjiptono, 2014:282). Menurut Gronroos (2000) dalam Tjiptono (2011:202) terdapat tiga dimensi yang menjadi faktor utama penilaian suatu kualitas pelayanan jasa yaitu *Outcome-Related*, *Image-Related Dimension* dan *Process-Related Dimension*. Ketiga dimensi tersebut dijabarkan menjadi tujuh indikator yaitu Profesionalisme dan Keterampilan (*Professionalism and Skill*), Reputasi dan Kredibilitas (*Reputation and Credibility*), Sikap dan Perilaku (*Attitudes and Behavior*), Aksesibilitas dan fleksibilitas (*Accessibility and Flexibility*), *Reliability and Trustworthiness*, *Service Recovery* dan Kondisi Fisik (*Serviscape*).

Nugraha dkk., (2014) melakukan penelitian mengenai usulan peningkatan kualitas pelayanan jasa pada bengkel "X" pada bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang. Nugraha dkk, menggunakan dimensi yang dikemukakan oleh Gronroos dan dianalisa menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui tingkat kualitas dari atribut pelayanan yang perlu ditingkatkan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasilnya terdapat tujuh item pernyataan yang berada pada kuadran pertama, hal ini menunjukkan bahwa ketujuh item tersebut memiliki tingkat kepentingan yang lebih tinggi dibandingkan dengan harapan pelanggan.

Terdapat bengkel-bengkel resmi dari perusahaan sepeda motor cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia seperti Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki. Di antara nama-nama perusahaan otomotif tersebut bengkel resmi yang paling sering dijumpai adalah bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) dari Honda. AHASS merupakan bengkel resmi dari Honda yang melayani perbaikan dan perawatan serta menyediakan semua spare part asli merek Honda. Bengkel AHASS sudah tersebar hampir di seluruh wilayah Indonesia tercatat ada sebanyak sebanyak 3759 bengkel. Provinsi Sumatera Selatan sendiri terdapat bengkel AHASS sebanyak 111 bengkel, namun di Kota Palembang terdapat 33 bengkel resmi AHASS (Sumber: [www.astra-honda.com](http://www.astra-honda.com), 2019). Salah satu bengkel di kota Palembang adalah bengkel AHASS pada PT Nusantara Surya Sakti yang beralamat di Jl. MP. Mangkunegara No. 91, Bukit Sangkal, Kalidoni, Kota Palembang.

PT Nusantara Surya Sakti Palembang merupakan dealer resmi sepeda motor merek Honda yang berada di kota Palembang. Tidak hanya melakukan penjualan sepeda motor merek Honda, kegiatan usaha PT Nusantara Surya Sakti Palembang terdapat bengkel AHASS yang melayani perawatan dan perbaikan sepeda motor Honda. Jumlah kunjungan pelanggan dari tiap tahunnya selalu mengalami perubahan. Berikut merupakan jumlah kunjungan pelanggan selama lima tahun terakhir:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Kunjungan Pelanggan AHASS PT Nusantara Surya Sakti Palembang Tahun 2014-2018**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Kunjungan Pelanggan</b>
2014	16.401
2015	16.246
2016	16.288
2017	17.563
2018	17.241

Sumber: PT Nusantara Surya Sakti Palembang, 2019

Berdasarkan data di atas dapat terlihat bahwa dalam kurun waktu lima tahun jumlah kunjungan pelanggan yang menggunakan jasa bengkel AHASS pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang setiap tahunnya mengalami perubahan.

Rata-rata jumlah pelanggan selama lima tahun berjumlah 16.748. Pada tahun 2015 jumlah kunjungan pelanggan mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Jumlah kunjungan pelanggan terus mengalami peningkatan dari tahun 2016 hingga pada tahun 2017, namun pada tahun 2018 mengalami penurunan sebanyak 322 pelanggan dari tahun 2017.

Salah satu faktor yang menyebabkan adanya penurunan jumlah pelanggan yaitu mengenai kualitas pelayanan jasa bengkel yang dirasa kurang memuaskan pelanggan hal ini sejalan dengan adanya keluhan dari pelanggan mengenai kualitas pelayanan jasa bengkel AHASS pada PT Nusantara Surya Sakti. Melalui website *google review* pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang terdapat beberapa keluhan yang disampaikan oleh pelanggan setelah menggunakan jasa bengkel pada PT Nusantara Surya Sakti. Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan berkenaan dengan kualitas pelayanan jasa yaitu mengenai kurang tanggapnya para karyawan dalam melayani pelanggan. Hal lainnya yang dikeluhkan yakni mengenai prosedur pembayaran yang dirasa kurang praktis dan merepotkan konsumen.

Keluhan-keluhan tersebut harus menjadi perhatian bengkel AHASS pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang agar para pelanggan merasa puas menggunakan jasa yang diberikan sehingga tidak beralih pada perusahaan sejenis yang menawarkan jasa dengan kualitas yang lebih baik. Oleh karena itu, bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat meningkatkan kepuasan para pelanggannya. Agar dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan jasa bengkel AHASS pada PT Nusantara Surya Sakti dan mengetahui item pelayanan jasa yang perlu menjadi fokus perbaikan untuk ditingkatkan penulis menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Metode IPA mempunyai keunggulan dibandingkan dengan metode lain dimana pihak perusahaan dapat mengambil tindakan secara tepat dan cepat dalam mengatasi ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan selain itu metode ini juga mudah dan sangat sederhana dan dapat mengetahui atribut kualitas pelayanan yang belum

maksimal (Purnomo, 2015:55). Selain itu metode IPA juga dilengkapi dengan diagram kartesius akan terbagi menjadi empat kuadran sehingga akan diketahui tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan jasa. Hal tersebut dapat dijadikan acuan memperbaiki kualitas pelayanan jasa yang diberikan sehingga kepuasan pelanggan pun dapat ditingkatkan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang maka penulis tertarik untuk menulis laporan akhir ini dengan mengangkat judul “**Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan Jasa Bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang**”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan jasa bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang?
2. Item kualitas pelayanan jasa apakah yang paling penting dalam memuaskan pelanggan bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Agar pembahasan laporan akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan dan lebih terarah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan pada bidang pemasaran mengenai pengukuran tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan jasa bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti yang beralamat di Jalan MP. Mangkunegara No. 91, Bukit Sangkal, Kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30961.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Sejalan dengan rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan jasa Bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang.
2. Mengetahui item kualitas pelayanan jasa yang paling penting dalam memuaskan pelanggan bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Laporan akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis, perusahaan, maupun pihak-pihak lain yang membacanya:

#### **1. Bagi Penulis**

Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran khususnya dalam hal pengukuran tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan jasa.

#### **2. Bagi Perusahaan**

Laporan akhir ini diharapkan dapat memberi sumber informasi bagi bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang mengenai tingkat kepuasan pelanggan atas dengan kualitas pelayanan jasa yang diberikan, sehingga perusahaan dapat memperbaiki pelayanan jasa yang kurang memuaskan.

#### **3. Bagi Akademik**

Adapun manfaat teoritis yang terdapat pada penulisan laporan akhir ini adalah sebagai bahan pengembangan ilmu dan sebagai bahan penelitian lebih lanjut di bidang pemasaran untuk yang akan datang.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang yang beralamat di Jl. MP. Mangkunegara No. 91, Bukit Sangkal, Kalidoni, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30961.

Objek penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti (Umar, 2013:42). Data primer yang penulis peroleh dari responden yang diteliti mencakup:

- a. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, status pekerjaan dan jumlah kunjungan.
- b. Jawaban responden mengenai kinerja dan kepentingan atas kualitas jasa pelayanan jasa bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yang berupa data sudah diolah dalam bentuk naskah tertulis atau dokumen. Data sekunder yang diperoleh dalam penulisan laporan akhir ini bersumber dari penelitian sebelumnya, jurnal yang terdapat di internet, dan buku bacaan yang relevan dengan penelitian.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data-data yang dibutuhkan, penulis akan menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan penulis pada laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

#### a. Riset Lapangan (*Field Research*)

##### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian responden memberikan jawaban atas isi dari kuesioner tersebut (Sugiono, 2016:230). Penulis menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan pelanggan bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang.

##### 2. Wawancara

Wawancara merupakan suatu kegiatan tanya jawab tatap muka (*face to face*) antara pewawancara (*interviewer*) dan yang diwawancarai (*interviewee*) tentang masalah yang diteliti, sehingga pewawancara memperoleh jawaban sesuai dengan masalah yang diteliti (Gunawan, 2013:162).

Penulis melakukan wawancara dengan kepala bengkel guna mendapatkan informasi mengenai pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan dalam kegiatan usahanya memuaskan pelanggan.

#### b. Riset Pustaka

Riset pustaka dilakukan dengan membaca dan mempelajari buku-buku literatur yang penulis jadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.



### 1.5.4 Populasi dan Sampel Penelitian

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:148). Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang menggunakan jasa bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang.

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:149), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Pada penelitian ini populasi tidak diketahui, maka penulis menentukan sampel menggunakan rumus Roscoe dalam Sugiyono (2016:131), yang menjelaskan bahwa dalam penelitian yang jumlah populasinya tidak diketahui, maka jumlah anggota sampel minimal sepuluh kali dari jumlah variabel yang akan diteliti. Berikut merupakan rumus perhitungan sampel menurut Roscoe:

$$N = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

Maka:

N : Penentuan Sampel

Variabel X: Kualitas Pelayanan Jasa bengkel AHASS pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang

X1: Profesionalisme dan Keterampilan

X2: Reputasi dan Kredibilitas

X3: Sikap dan Perilaku

X4: Aksesibilitas dan Fleksibilitas

X5: *Reliability & Trustworthiness*

X6: *Service Recovery*

X7: Kondisi Fisik (*Serviscape*)

Variabel Y : Kepentingan

$$N = \sum (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

$$N = (7+1) \times 10$$

$$N = 80$$

Dari perhitungan tersebut maka didapatkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden.

### c. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling. Non-probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2016:154). Teknik yang digunakan adalah sampling insidental. Teknik sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016:156). Karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa bengkel AHASS (*Astra Honda Authorized Service Station*) pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang.

## 1.5.5 Analisa Data

### a. Analisa Kualitatif

Menurut Sugiyono (2016:28), “Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto”. Data kualitatif digunakan untuk menjelaskan data kuantitatif dari kuesioner yang didapatkan dan menghubungkannya dengan teori yang ada.

## b. Analisa Kuantitatif

“Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang kemudian diangkakan” (Sugiyono, 2016:15). Data kuantitatif diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis kemudian menghitung jawaban responden. Data-data kuantitatif yang diperoleh dinyatakan dalam bentuk angka sebagai hasil dari pengamatan dan pengukuran lalu dijelaskan dalam bentuk kalimat.

Skala pengukuran yang penulis gunakan dalam laporan akhir ini yaitu skala Likert. Menurut Riduwan (2018:39), “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial”. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan dasar dalam menyusun item-item pernyataan yang akan dijawab oleh responden. Berikut merupakan kategori-kategori Skala Likert dalam penelitian ini:

**Tabel 1.2**  
**Skala Likert Penelitian**

<b>Kinerja</b>	<b>Bobot</b>	<b>Kepentingan</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Baik	5	Sangat Penting	5
Baik	4	Penting	4
Cukup Baik	3	Cukup Penting	3
Tidak Baik	2	Tidak Penting	2
Sangat Tidak Baik	1	Sangat Tidak Penting	1

Sumber: Riduwan, 2018

Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu diantaranya:

### 1. Uji Validitas

“Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti” (Sugiyono, 2016:430). Suatu instrumen penelitian dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016:203). Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pernyataan dalam

kuesioner dengan cara membandingkan antara hasil  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dimana  $df=n-2$  dengan sig 5%, jika  $r$  tabel  $< r$  hitung maka dikatakan valid (Sujarweni, 2016:239). Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software *SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 24.0.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun kedalam kuesioner (Sujarweni, 2016:239). Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai Alpha  $> 0,70$  maka reliabel. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 24.0.

## 3. Importance Performance Analysis (IPA)

Analisis data untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*. Menurut Brandt, Latu dan Everent (dalam Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:240), metode *Importance Performance Analysis* atau disingkat IPA, pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal sebagai *quadrant analysis*.

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:240), Metode *Important Performance Analysis* (tingkat kepentingan dan kinerja) digunakan perusahaan dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen, serta hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan atas pelayanan yang telah diberikan, sehingga menjadi dasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Penelitian ini terdapat dua buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan huruf Y. Huruf X merupakan tingkat kinerja perusahaan sedangkan huruf Y merupakan tingkat kepentingan

atau harapan pelanggan. Tingkat kinerja perusahaan merupakan hasil dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel AHASS pada PT Nusantara Surya Sakti Palembang, yang dirasakan oleh para pelanggannya. Sedangkan, tingkat kepentingan dari kualitas adalah seberapa penting suatu pelayanan yang diberikan perusahaan bagi pelanggan terhadap kinerja pelayanannya.

Menurut John A. Martila dan John C. James dalam (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:240) menyebutkan prosedur dan pengukuran *Important Performance Analysis* (IPA) adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung nilai kesesuaian untuk menentukan prioritas perbaikan kerja dalam meningkatkan kepuasan dengan rumus:

$$TK_i = \frac{x_i}{y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

Tki = Tingkat kesesuaian

$x_i$  = Skala penilaian kinerja perusahaan

$y_i$  = Skala penilaian kepentingan nasabah

Dari perhitungan rumus tingkat kesesuaian tersebut maka diinterpretasikan sebagai berikut:

**Tabel 1.3**  
**Keterangan Kriteria Interpretasi Tingkat Kesesuaian**

<b>A</b>	<b>Bobot</b>
95% - 100%	Sangat Baik
85% - 94%	Baik
70% - 84%	Cukup Baik
< 70%	Tidak Baik

Sumber: Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015

- 2) Menjabarkan pada diagram kartesius, tingkat kinerja dilambangkan dengan huruf x, sedangkan tingkat kepentingan

nasabah dilambangkan dengan  $y$ . Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n} \quad \text{dan} \quad \bar{y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

Keterangan:

$x$  = Skala rata-rata tingkat kepuasan kinerja pelayanan jasa

$y$  = Skala rata-rata tingkat kepentingan

$n$  = Jumlah responden

- 3) Membagi diagram kartesius menjadi empat bagian dengan cara menghitung rata-rata dari rata-rata tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan. Agar mengetahui item-item kualitas pelayanan jasa yang telah memenuhi harapan sehingga perlu dipertahankan dan item-item yang belum memenuhi harapan pelanggan sehingga perlu menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitasnya agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Langkah-langkahnya sebagai berikut:

a. Langkah pertama

Mencari skala rata-rata tingkat kualitas pelayanan jasa dengan rumus:

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = Skala rata-rata tingkat kualitas layanan

$x_i$  = Indikator atau variabel-variabel yang mewakili masing-masing dimensi

$\sum x_i$  = Jumlah seluruh variabel-variabel yang mewakili masing-masing dimensi

$n$  = Jumlah responden

b. Langkah kedua

Mencari skala rata-rata tingkat kepentingan/harapan dengan menggunakan rumus:

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

$\bar{x}$  = Skala rata-rata tingkat kepentingan

$x_i$  = Indikator atau variabel-variabel yang mewakili masing-masing dimensi

$\sum x_i$  = Jumlah seluruh variabel-variabel yang mewakili masing-masing dimensi

$n$  = Jumlah responden

Nilai  $x$  dan  $y$  dijadikan dasar untuk menentukan posisi responden dalam diagram kartesius. Posisi responden tersebut dapat diketahui melalui perpotongan  $\bar{x}$  dan  $\bar{y}$ . Sementara untuk menentukan absis dan koordinat yang membentuk diagram kartesius dicari melalui  $\bar{x}$  dan  $\bar{y}$ .

c. Langkah ketiga

Untuk mengetahui posisi responden dalam diagram kartesius:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{x}_i}{K} \quad \text{dan} \quad \bar{y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{y}_i}{K}$$

Keterangan:

$K$  = Banyaknya variabel yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan

$\bar{x}$  = Rata-rata dari skala rata-rata tingkat kualitas pelayanan

$\bar{y}$  = Rata-rata dari skala rata-rata tingkat kepentingan /harapan pelanggan

$\sum \bar{x}$  = Jumlah dari skala rata-rata tingkat kualitas pelayanan

$\sum \bar{y}$  = Jumlah dari skala rata-rata tingkat kepentingan/harapan pelanggan

Hasil dari perhitungan rumus tersebut akan menghasilkan absis dan ordinat, untuk mewakili  $\bar{x}$  mewakili absis dan  $\bar{y}$  mewakili ordinat. selanjutnya tingkat rata-rata (kualitas dan kepentingan) tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius seperti gambar berikut:

Prioritas Utama (A)	Pertahankan Prestasi (B)
Prioritas Rendah (C)	Berlebihan (D)

**Gambar 1.1 Diagram Kartesius**  
Sumber: Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015

Berikut merupakan keterangan dari setiap kuadran dari diagram kartesius yang terdapat pada gambar 1.1:

Kuadran A : Menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting, tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen.

Kuadran B : Menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting untuk memuaskan konsumen.

Kuadran C : Menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen.

Kuadran D : Menunjukkan variabel yang memuaskan, tetapi pelaksanaannya terlalu berlebihan dan dianggap kurang penting oleh konsumen.



### 1.5.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Gronroos (dalam Tjiptono, 2011:202) dimensi kualitas pelayanan jasa terdapat tiga hal penting yang mana dijabarkan menjadi tujuh dimensi. Berikut merupakan definisi operasional variabel penelitian yang digunakan untuk menyusun item-item pernyataan dalam kuesioner.

**Tabel 1.4**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Kualitas Pelayanan Jasa</b>	<i>Outcome-Related Dimension (Technical Quality)</i>  1. <i>Professionalism &amp; Skill</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan memiliki pengetahuan</li> <li>- Karyawan memiliki keterampilan yang dibutuhkan</li> <li>- Dapat memecahkan masalah pelanggan secara profesional</li> </ul>	Skala Ordinal
	<i>Imaged-Related Dimension</i>  2. <i>Reputation and Credibility</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penyedia jasa dapat dipercaya</li> <li>- Dapat memberikan value of money yang layak</li> <li>- Mencerminkan kinerja dan nilai yang positif</li> </ul>	Skala Ordinal
<b>Kualitas Pelayanan Jasa</b>	<i>Process-Related Dimension</i>  3. <i>Sikap dan perilaku (Attitudes and Behavior)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan memperhatikan pelanggan</li> <li>- Karyawan membantu memecahkan masalah pelanggan secara spontan</li> </ul>	Skala Ordinal

Lanjutan Tabel 1.4

	4. Aksesibilitas dan Fleksibilitas ( <i>Accessibility and Flexibility</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lokasi bengkel dapat diakses dengan mudah</li> <li>- Jam operasional</li> <li>- Memudahkan pelanggan untuk mengaksesnya</li> <li>- Sistem operasionalnya mudah dan sesuai dengan keinginan pelanggan</li> </ul>	Skala Ordinal
	5. <i>Reliability and Trustworthiness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan dan mekanik dapat diandalkan</li> <li>- Karyawan dapat membuhi janji-janjinya</li> <li>- Karyawan bertindak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan</li> </ul>	Skala Ordinal
	6. <i>Service Recovery</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Karyawan secara aktif mengambil tindakan jika ada kesalahan</li> <li>- Penyedia jasa dapat mengendalikan situasi</li> <li>- Memberikan solusi yang tepat</li> </ul>	Skala Ordinal
	7. Kondisi Fisik ( <i>Serviscape</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kondisi ruang tunggu</li> <li>- Keadaan bengkel</li> <li>- Fasilitas yang mendukung pelayanan</li> </ul>	Skala Ordinal

Sumber: Groonros dalam Tjiptono, 2011