

Table Of Content

Journal Cover 2
Author[s] Statement 3
Editorial Team 4
Article information 5
 Check this article update (crossmark) 5
 Check this article impact 5
 Cite this article 5
Title page 6
 Article Title 6
 Author information 6
 Abstract 6
Article content 7

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 15 (2022): May (in progress)

DOI: [https://doi.org/ 10.21070/ijler.v15i0.763](https://doi.org/10.21070/ijler.v15i0.763)

Article type: (Corporate Law)

ISSN (ONLINE) 2598 9928



INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC

PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

Indonesian Journal of Law and Economics Review

Vol 15 (2022): May (in progress)
DOI: [https://doi.org/ 10.21070/ijler.v15i0.763](https://doi.org/10.21070/ijler.v15i0.763)
Article type: (Corporate Law)

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy , Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

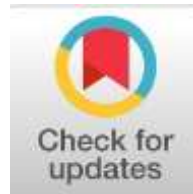
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

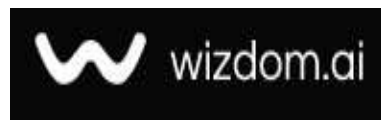
How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Customer Satisfaction Analysis By Integrating Service Quality (Servqual) Methods And Importance Performance Analysis

Analisa Kepuasan Konsumen dengan Mengintegrasikan Metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA)

Mukhammad Slamet, mukhammadslamet29@gmail.com (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwik Sulistiyowati, wiwik@umsida.ac.id (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study aims to determine the indicators that affect the quality of service for the company. Service quality analysis is carried out by integrating the Service Quality (Servqual) and Importance Performance Analysis (IPA) methods. Servqual is a method that identifies service quality using five dimensions: tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Each dimension in the deployment becomes several indicators that describe the moment of truth of the quality of service the company provides to consumers. The results of the measurement of service quality have then measured the relationship between consumer perceptions and priorities for improving service quality which is translated through the analysis quadrant. Each quadrant of analysis has its own meaning. The results of this study indicate that the attributes found in quadrant I to be a priority for improvement are the service (administrative) patience indicator in listening to consumer complaints contained in the assurance dimension with a satisfaction level value of 4,086 points and an importance level value of 4,114 points.

Kata Kunci – Importance Performance Analysis, Konsumen, Kualitas, Service Quality

Published date: 2022-08-24 00:00:00

Pendahuluan

Kualitas merupakan salah satu hal terpenting yang harus dipertahankan oleh suatu perusahaan baik usaha manufaktur dan jasa. Kualitas merupakan totalitas karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuan produk atau jasa tersebut untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen [1]. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik [2]. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan [3]. Jasa merupakan salah satu produk yang tidak berwujud, namun dapat dirasakan oleh konsumennya. Kualitas menjadi target utama dalam pembuatan suatu produk. Pada saat ini pelaku bisnis dalam industri di Indonesia menyadari akan semakin berubahnya orientasi pelanggannya terhadap kualitas. Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang senantiasa harus dilakukan perbaikan berkelanjutan bagi perusahaan [4]. Persaingan dunia industri yang semakin ketat, perusahaan harus dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan sejenis. Oleh sebab itu, perusahaan harus dapat memenuhi keinginan pelanggan dan berusaha untuk dapat mempertahankan pelanggan. Servqual (Service Quality) merupakan metode yang dibangun atas adanya perbandingan persepsi pelanggan atas layanan nyata yang pelanggan terima dan layanan yang sesungguhnya diharapkan [5]. Servqual (Service Quality) dimulai dengan asumsi bahwa pelayanan ditentukan dari perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang disampaikan [5].

Importance Performance Analysis (IPA) merupakan metode untuk mengukur gap atribut-atribut service quality menurut sudut pandang konsumen [6]. Metode ini memiliki beberapa kelebihan bila dibandingkan dengan metode lain diantaranya; 1) Mudah untuk mengetahui atribut jasa yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, 2) hasil yang relatif mudah diinterpretasikan, 3) berbiaya rendah [6]. Metode IPA disebut juga dengan Quadrant Analysis Methods, hal tersebut hasil penilaian yang dilakukan dibagi menjadi 4 (empat) kuadran [7]. Metode IPA mengkombinasikan pengukuran dimensi performance (kinerja) dengan importance (kepentingan) ke dalam dua grid, kemudian kedua dimensi tersebut diplotkan ke dalamnya [8]. Metode Service Quality (Servqual) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (perceived service) dengan layanan sesungguhnya diharapkan pelanggan (expected service) Metode Service Quality (Servqual) dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (perceived service) dengan layanan sesungguhnya diharapkan pelanggan (expected service)[9]. Kualitas layanan dipandang sebagai salah satu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif karena keberhasilan suatu perguruan tinggi sangat ditentukan oleh mutu layanan yang diberikan, dimana layanan yang bermutu dapat diidentifikasi dari kepuasan pelanggan [10].

Pengukuran kualitas layanan sangat penting dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atas layanan yang diberikan kepada konsumen. Penilaian kualitas layanan dimulai dari identifikasi kebutuhan konsumen akan pelayanan dan penilaian atas persepsi konsumen serta harapan konsumen terhadap layanan yang diberikan. Kepuasan konsumen ditentukan oleh kualitas jasa yang diinginkan oleh konsumen sehingga menjadi jaminan prioritas utama yang dijadikan tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Perusahaan XYZ merupakan suatu perusahaan benkel truk yang bergerak di bidang jasa tune up, understeel dan las listrik. Terdapat beberapa keluhan dari konsumen antara lain onderdil yang dipasang rusak lagi dan waktu penyelesaian pelanggan tergantung pada jenis kerusakannya, jadi tidak ada waktu standar penyelesaian pekerjaan. Dalam satu bulan terdapat 3 (tiga) kali keluhan. Sehingga, hal tersebut menjadi dorongan untuk melakukan penelitian kualitas layanan dengan mengintegrasikan metode Servqual dan IPA untuk mengetahui tingkat kualitas layanan dan atribut apa saja yang berpengaruh pada kualitas layanan serta kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan terjadi jika kualitas layanan yang diterima lebih dari layanan yang diharapkan [11]. Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan [12]. Hasil penelitian ini bertujuan sebagai landasan perbaikan layanan perusahaan XYZ kepada konsumen, selain itu juga dengan meningkatkan kualitas layanan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen berdampak pada loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen merupakan seseorang pelanggan akan menunjukkan sikap loyalnya jika suatu perusahaan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya [13].

Metode

Penelitian dilakukan di Perusahaan XYZ merupakan perusahaan bengkel yang bergerak di bidang jasa. Penelitian dilakukan pada bulan Mei – Juli 2022. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan adalah dengan mengintegrasikan metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA). Teknik penelitian yang digunakan adalah penelitian survei kemudian dilakukan pengolahan data dengan metode servqual dan IPA. Pada penelitian ini dilakukan menjadi 6 (enam) tahap, yaitu: 1) Tahap Identifikasi Atribut Kualitas Layanan; 2) Penyusunan kuesioner kualitas layanan dengan 3 (tiga) tujuan pengukuran, yaitu tingkat kepentingan, tingkat persepsi dan tingkat harapan; 3) Penyebaran Kuesioner di berikan pada 35 responden dari total populasi 50 konsumen yang menggunakan jasa layanan perusahaan bengkel XYZ; 4) Uji Validasi dan Uji Reliabilitas dengan menggunakan SPSS. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas. Uji Validitas bertujuan mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk, yaitu dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = n-2, di mana n adalah jumlah sampel penelitian. Jika r hitung

> r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil pengujian validitas atas kuesioner penelitian ini, memberikan gambaran bahwa data yang diolah dapat dinyatakan sah atau valid pada kuesioner yang telah di buat pada setiap variabel [3], sedangkan Uji Reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Instrumen dikatakan reliable jika instrumen tersebut cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen itu sudah baik. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS, yakni dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk dinyatakan reliabel jika nilai cronbach Alpha > 0.60 (Ghozali:2006). Hasil Uji reliabilitas pada penelitian ini dapat diartikan bahwa jawaban seseorang terhadap pernyataan atau instrumen konsisten atau stabil dari waktu ke waktu pada setiap variabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi antara setiap pertanyaan dalam kuesioner.[3]; 5) Pengukuran Gap terbobot dengan menggunakan metode servqual; 6) Pengukuran pengukuran hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas layanan (nilai tingkat kepentingan) yang di terjemahkan melalui kuadran analisis dengan menggunakan metode IPA.

Variabel yang digunakan adalah variabel 5 (lima) dimensi yang terdapat pada metode servqual, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy yang kemudian diturunkan menjadi beberapa atribut sesuai dengan moment of thruth dari pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan Bengkel XYZ. Tabel 1 berikut merupakan variabel dan indikator untuk penelitian ini.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Referensi
<i>Tangible (Bukti Fisil)</i>	Kebersihan ruang tunggu	[14], [15], [16]
	Kenyamanan runang tunggu	[14], [16]
	Kelengkapan sarana hiburan ruang tunggu (TV, Koran, Majalah, Informasi layanan dan harga, dll)	[16]
	Tersedia minum gratis	[16]
<i>Reliable (Keandalan)</i>	Kerapian dan kebersihan seragam karyawan (administrasi dan mekanik)	[16]
	Ketelitian pengerjaan oleh mekanik	[15]
	Ketrampilan mekanik	[17], [16]
	Jumlah mekanik sebanding dengan kendaraan yang di servis	[15]
	Kesesuaian harga hasil layanan (service) yang di bayarkan dengan yang terdapat di nota pembayaran	[15]
<i>Responsiveness (kecepatan tanggapan)</i>	Kelengkapan spare part	[15]
	Kelengkapan peralatan dan mesin untuk melakukan layanan (peralatan <i>tune up</i> , las listrik dan <i>understeel</i>)	[17]
	Adanya penjelasan tentang kualitas suku cadang asli dan yang tidak asli	[17], [15]
	Kemudahan memperoleh informasi mengenai suku cadang	[15]
	Harga service standar	[15]
	Kemudahan dan kecepatan sistem pembayaran	[15]
	Kecekatan mekanik dalam melayani pelanggan/konsumen	[15], [16]
	Kecapat tanggapan bagian administrasi dalam melayani keluhan konsumen (pelanggan)	[15]
	Kecepat tanggapan mekanik dalam merespon permasalahan konsumen/pelanggan	[15]
	Kualitas hasil servis yang di berikan	[15]
<i>Assurance (jaminan)</i>	Kualitas spare part yang terjamin	[15]
	Pihak bengkel bertanggung jawab penuh atas hasil servis	[15]
	Antrian yang teratur dan sesuai kedatangan	[15]
	Kemampuan mekanik yang handal	[17]
	Kemudahan pendaftaran ketika servis	[15]
<i>Empathy (empati)</i>	Pelayanan pendaftaran (administrasi) yang sopan dan ramah	[16]
	Pelayanan mekanik yang sopan dan ramah	[16]
	Kesabaran bagian pelayanan (administrasi) dalam mendengarkan keluhan konsumen	[16]
	Kesabaran mekanik dalam melayani konsumen/Pelanggan	[16]

Skala yang digunakan pada kuesioner dengan menggunakan skala likert 5 poin baik pada tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Tabel 2 berikut merupakan skala penilaian pada kuesioner yang terdapat pada penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan.

Tabel 2. Tabel Skala Penilaian

Skala Penilaian	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepuasan
1	Sangat Tidak Penting (STP)	Sangat Tidak Puas (STP)
2	Tidak Penting (TP)	Tidak Puas (TP)
3	Penting (P)	Puas (P)
4	Sangat Penting (P)	Sangat Puas (SP)
5	Sangat Penting Sekali (SPS)	Sangat Puas Sekali (SPS)

Hasil dan Pembahasan

Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden yaitu konsumen yang pernah mendapatkan pelayanan dari bengkel ini. Dari total 50 konsumen, sampel yang di gunakan adalah 35 responden. Dari semua responden berjenis kelamin laki-laki. Gambar 1 dan 2 menunjukkan bidang pekerjaan konsumen. Berdasarkan gambar 1 dan 2 menunjukkan bahwa 28 orang atau 80 % konsumen yang menggunakan jasa Perusahaan Bengkel XYZ adalah sopir, 5 orang atau 14 % adalah bidang ekspedisi, dan 2 orang atau 6 % konsumen dengan bidang pekerjaan teknisi.



Gambar 1 Bidang Pekerjaan Konsumen Perusahaan Bengkel XYZ



Gambar 2. Prosentase Bidang Pekerjaan Konsumen

Berdasarkan gambar 3 dan 4 menunjukkan lamanya (waktu dalam tahun) menjadi konsumen perusahaan bengkel XYZ. Pada gambar 3 dan 4 menjelaskan bahwa konsumen kurang dari 1 tahun sebanyak 3 orang atau 9 %, lebih dari 1 tahun sebanyak 9 orang atau 26 %, lebih dari 2 tahun sebanyak 11 orang atau 31 %, lebih dari 3 tahun sebanyak 9 orang atau 26% dan lebih dari 4 tahun sebanyak 3 orang atau 9 %



Gambar 3 Lama menjadi konsumen Bengkel XYZ



Gambar 4. Prosentase lama menjadi konsumen bengkel XYZ

Berdasarkan gambar 5 dan 6 menunjukkan jenis layanan yang digunakan oleh konsumen. Pada Gambar 5 dan 6 menjelaskan bahwa sebanyak 5 atau 14 % menggunakan jasa tune up, 6 orang atau 17 % menggunakan jasa understeel, 3 orang atau 9 % menggunakan jasa las listrik, sebanyak 3 orang atau 9 % menggunakan jasa tune up dan understeel, sebanyak 4 orang atau 11% menggunakan jasa tune up dan las listrik, sebanyak 2 orang atau 6 % menggunakan jasa understeel dan las listrik, dan sebanyak 12 orang atau 34 % menggunakan jasa semua secara bersamaan.



Gambar 5. Jenis layanan yang digunakan konsumen Bengkel XYZ



Gambar 6. Prosentase jenis layanan konsumen bengkel XYZ

Hasil data penyebaran kuesioner, kemudian dilakukan input data dapat diketahui nilai rekapitulasi nilai rata-rata tingkat kepentingan, tingkat harapan dan tingkat persepsi. Tabel 3 merupakan rekapitulasi nilai rata-rata tingkat kepentingan, tingkat harapan dan tingkat persepsi.

Tabel 3 Rekapitulasi nilai rata-rata tingkat kepentingan, tingkat harapan dan tingkat persepsi.

No	Tingkat Kepentingan	Tingkat Persepsi	Tingkat Harapan
1	4,200	4,200	4,257
2	4,057	4,086	4,114
3	3,686	3,771	3,771
4	4,143	4,143	4,171
5	3,886	3,943	3,943
6	4,286	4,314	4,286
7	4,114	4,143	4,143
8	4,029	4,057	4,057
9	4,057	4,057	4,086
10	4,057	4,086	4,114
11	4,057	4,057	4,029
12	4,029	4,057	4,057
13	4,029	5,457	4,057
14	4,029	4,029	4,057
15	4,029	4,029	4,029
16	4,057	4,086	4,057
17	4,029	4,029	4,057
18	4,029	4,029	4,057
19	4,086	4,114	4,086
20	4,029	4,057	4,057
21	4,286	4,286	4,257
22	4,114	4,086	4,086
23	4,143	4,171	4,143
24	4,086	4,114	4,057
25	4,086	4,114	4,086
26	4,086	4,114	4,086
27	4,114	4,143	4,114
28	4,057	4,114	4,114

Tahap Pengolahan Data

Pada tahap ini dilakukan pengujian validasi dan reliabilitas, selanjutnya dilakukan pengukuran gap terbobot dan pembuatan peta IPA.

Uji Validasi dan Uji Reliabilitas

Setelah data di input sebelum dilakukan pengolahan data terlebih dahulu dilakukan uji validasi dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. Tabel 4, 5 dan 6 berikut merupakan hasil pengolahan data validasi dan reliabilitas. Berdasarkan tabel 2 yaitu hasil uji validasi untuk tingkat kepentingan, tabel 3 hasil validasi untuk tingkat persepsi dan tabel 4 hasil uji validasi untuk tingkat harapan menunjukkan semua data valid. Hal tersebut diketahui dari nilai corrected item-total correlation lebih besar dari nilai minimum yaitu 0.3.

Berdasarkan tabel 7 hasil pengujian reliabilitas untuk semua pengukuran yaitu tingkat kepentingan, tingkat persepsi dan tingkat harapan menunjukkan semua data reliabel. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai cronbach's alpha lebih besar dari nilai minimum yaitu 0.6. Setelah mengetahui hasil uji validasi semua data valid, dan hasil uji reliabilitas semua data reliabel, maka dapat dilakukan pengolahan data selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Validasi Tingkat Kepentingan

No	Dimensi	Indikator	Nilai Corrected Item-Total Correlation	Nilai Minimum	Keterangan
1	Tangible (Bukti Fisik)	T1	.381	0.3	Valid
2		T2	.616	0.3	Valid
3		T3	.481	0.3	Valid
4		R4	.506	0.3	Valid
5		T5	.355	0.3	Valid
6	Reliable (Kehandalan)	Rel1	.578	0.3	Valid
7		Rel2	.741	0.3	Valid
8		Rel3	.702	0.3	Valid
9		Rel4	.830	0.3	Valid
10		Rel5	.654	0.3	Valid
11		Rel6	.830	0.3	Valid
12	Responseiveness (Kecepatan tanggapan)	Res1	.770	0.3	Valid
13		Res2	.770	0.3	Valid
14		Res3	.770	0.3	Valid
15		Res4	.770	0.3	Valid
16		Res5	.589	0.3	Valid
17		Res6	.770	0.3	Valid
18		Res7	.770	0.3	Valid
19	Assurance (Jaminan)	As1	.555	0.3	Valid
20		As2	.770	0.3	Valid
21		As3	.555	0.3	Valid
22		As4	.644	0.3	Valid
23		As5	.714	0.3	Valid
24	Emphaty (Empati)	Em1	.737	0.3	Valid
25		Em2	.737	0.3	Valid
26		Em3	.737	0.3	Valid
27		Em4	.709	0.3	Valid
28		Em5	.632	0.3	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validasi Tingkat Persepsi

No	Dimensi	Indikator	Nilai Corrected Item-Total Correlation	Nilai Minimum	Keterangan
1	Tangible (Bukti Fisik)	T1	.380	0.3	Valid
2		T2	.502	0.3	Valid
3		T3	.500	0.3	Valid
4		R4	.364	0.3	Valid
5		T5	.505	0.3	Valid
6	Reliable (Kehandalan)	Rel1	.483	0.3	Valid
7		Rel2	.686	0.3	Valid
8		Rel3	.719	0.3	Valid
9		Rel4	.866	0.3	Valid
10		Rel5	.740	0.3	Valid
11		Rel6	.866	0.3	Valid
12		Responseiveness (Kecepatan tanggapan)	Res1	.866	0.3
13	Res2		.784	0.3	Valid
14	Res3		.318	0.3	Valid
15	Res4		.318	0.3	Valid
16	Res5		.288	0.3	Valid
17	Res6		.318	0.3	Valid
18	Res7		.318	0.3	Valid
19	Assurance (Jaminan)	As1	.266	0.3	Valid
20		As2	.350	0.3	Valid
21		As3	.497	0.3	Valid
22		As4	.724	0.3	Valid
23		As5	.642	0.3	Valid
24	Emphaty (Empati)	Em1	.728	0.3	Valid
25		Em2	.728	0.3	Valid
26		Em3	.728	0.3	Valid
27		Em4	.673	0.3	Valid
28		Em5	.735	0.3	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Validasi Tingkat Harapan

No	Dimensi	Indikator	Nilai Corrected Item-Total Correlation	Nilai Minimum	Keterangan
1	Tangible (Bukti Fisik)	T1	.455	0.3	Valid
2		T2	.705	0.3	Valid
3		T3	.751	0.3	Valid
4		R4	.777	0.3	Valid
5		T5	.797	0.3	Valid

6	Reliable (Kehandalan)	Rel1	.769	0.3	Valid
7		Rel2	.785	0.3	Valid
8		Rel3	.819	0.3	Valid
9		Rel4	.833	0.3	Valid
10		Rel5	.836	0.3	Valid
11	Responseiveness (Kecepat-tanggapan)	Rel6	.834	0.3	Valid
12		Res1	.852	0.3	Valid
13		Res2	.862	0.3	Valid
14		Res3	.854	0.3	Valid
15		Res4	.870	0.3	Valid
16		Res5	.889	0.3	Valid
17		Res6	.900	0.3	Valid
18		Res7	.888	0.3	Valid
19	Assurance (Jaminan)	As1	.885	0.3	Valid
20		As2	.838	0.3	Valid
21		As3	.918	0.3	Valid
22		As4	.689	0.3	Valid
23		As5	.880	0.3	Valid
24	Emphaty (Empati)	Em1	.852	0.3	Valid
25		Em2	.863	0.3	Valid
26		Em3	.779	0.3	Valid
27		Em4	.866	0.3	Valid
28		Em5	.857	0.3	Valid

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas

No	Jenis Pengukuran	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Minimum	Keterangan
1	Tingkat Kepentingan	0.749	0.6	Reliable
2	Tingkat Persepsi	0.661	0.6	Reliable
3	Tingkat Harapan	0.985	0.6	Reliable

Pengukuran Gap Terbobot

Tahap selanjutnya setelah dilakukan pengujian validasi dan reliabilitas adalah melakukan pengukuran gap terbobot dengan menggunakan metode *servqual*. Nilai Gap diperoleh dari nilai tingkat persepsi dikurangi nilai tingkat harapan, sedangkan nilai Gap Terbobot di dapatkan dari perkalian nilai Gap dengan Bobotnya.

Tabel 8 Hasil Pengukuran Tingkat Kepuasan Terbobot (Gap Terbobot) dengan Metode *Servqual*

No	Tingkat Kepentingan	Tingkat Persepsi	Tingkat Harapan	GAP	Bobot	Gap Terbobot	Ranking
1	4,200	4,200	4,257	-0,057	0,037	-0,00210737	1
2	4,057	4,086	4,114	-0,029	0,036	-0,00101784	3
3	3,686	3,771	3,771	0,000	0,032	0	10
4	4,143	4,143	4,171	-0,029	0,036	-0,00103935	2
5	3,886	3,943	3,943	0,000	0,034	0	11
6	4,286	4,314	4,286	0,029	0,038	0,001075192	26
7	4,114	4,143	4,143	0,000	0,036	0	12
8	4,029	4,057	4,057	0,000	0,035	0	13
9	4,057	4,057	4,086	-0,029	0,036	-0,00101784	4
10	4,057	4,086	4,114	-0,029	0,036	-0,00101784	5
11	4,057	4,057	4,029	0,029	0,036	0,001017848	20
12	4,029	4,057	4,057	0,000	0,035	0	14
13	4,029	4,029	4,057	-0,028	0,035	-0,00099552	9
14	4,029	4,029	4,057	-0,029	0,035	-0,00101068	6
15	4,029	4,029	4,029	0,000	0,035	0	15
16	4,057	4,086	4,057	0,029	0,036	0,001017848	19
17	4,029	4,029	4,057	-0,029	0,035	-0,00101068	7
18	4,029	4,029	4,057	-0,029	0,035	-0,00101068	8

19	4,086	4,114	4,086	0,029	0,036	0,001025016	21
20	4,029	4,057	4,057	0,000	0,035	0	16
21	4,286	4,286	4,257	0,029	0,038	0,001075192	27
22	4,114	4,086	4,086	0,000	0,036	0	17
23	4,143	4,171	4,143	0,029	0,036	0,001039352	25
24	4,086	4,114	4,057	0,057	0,036	0,002050032	28
25	4,086	4,114	4,086	0,029	0,036	0,001025016	22
26	4,086	4,114	4,086	0,029	0,036	0,001025016	23
27	4,114	4,143	4,114	0,029	0,036	0,001032184	24
28	4,057	4,114	4,114	0,000	0,036	0	18

Berdasarkan tabel 8, menunjukkan bahwa nilai gap yang harus dipertahankan pada: (1) Dimensi *Empathy* (empati) pada atribut Kemudahan pendaftaran ketika servis mempunyai nilai 0.00205 (positif dan lebih dari nol), hal ini berarti bahwa konsumen sangat puas karena harapan atas layanan yang diberikan melebihi persepsi (layanan yang diterima) oleh konsumen. (2) Dimensi *Reliability* (Kehandalan) pada atribut Ketelitian pengerjaan oleh mekanik, mempunyai nilai 0,001075192 (positif dan lebih dari nol), hal ini berarti bahwa konsumen sangat puas karena harapan atas layanan yang diberikan melebihi persepsi (layanan yang diterima) oleh konsumen. (3) Dimensi *Assurance* (jaminan) pada atribut Pihak bengkel bertanggung jawab penuh atas hasil servis mempunyai nilai 0.00107 (positif dan lebih dari nol), hal ini berarti bahwa konsumen sangat puas karena harapan atas layanan yang diberikan melebihi persepsi (layanan yang diterima) oleh konsumen.

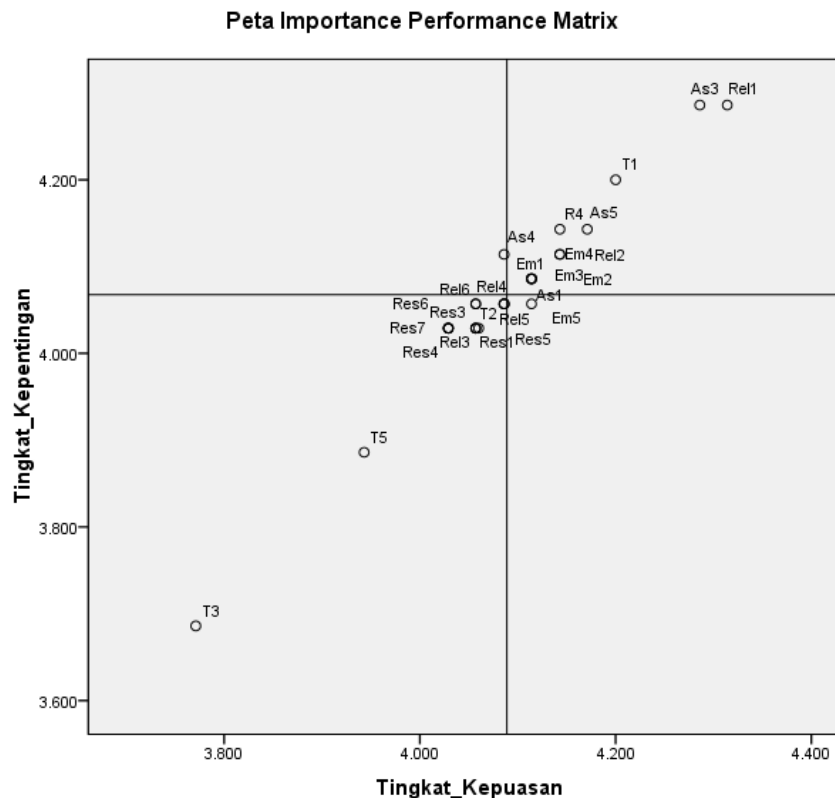
Langkah selanjutnya adalah pembuatan peta importance matrix (IPM) untuk mengetahui indikator yang mempunyai prioritas perbaikan dengan metode IPA.

Pembuatan Peta Importance Matrix (IPM)

Nilai indeks kinerja dari tingkat kepentingan dan kepuasan (Gap terbobot) kemudian digunakan untuk membuat plot ke peta IPM. Gambar 7 berikut merupakan peta IPM Bengkel XYZ.

Tabel 9 Nilai rata-rata Tingkat Persepsi dan Tingkat Kepentingan

No	Tingkat Kepentingan	Tingkat Persepsi	No	Tingkat Kepentingan	Tingkat Persepsi
1	4,200	4,200	15	4,029	4,029
2	4,057	4,086	16	4,057	4,086
3	3,686	3,771	17	4,029	4,029
4	4,143	4,143	18	4,029	4,029
5	3,886	3,943	19	4,086	4,114
6	4,286	4,314	20	4,029	4,057
7	4,114	4,143	21	4,286	4,286
8	4,029	4,057	22	4,114	4,086
9	4,057	4,057	23	4,143	4,171
10	4,057	4,086	24	4,086	4,114
11	4,057	4,057	25	4,086	4,114
12	4,029	4,057	26	4,086	4,114
13	4,029	4,029	27	4,114	4,143
14	4,029	4,029	28	4,057	4,114



Gambar 7 Peta *Importance Performance Matrix* (IPM)

Tahap Analisa dan Pembahasan

Berdasarkan hasil plot dari Peta IPM, menunjukkan kuadran I yang harus diperbaiki. Indikator yang terdapat pada kuadran I menunjukkan bahwa indikator ini dianggap penting oleh konsumen, namun pada kenyataannya indikator ini belum sesuai dengan yang di harapkan. Pada kuadran I ini, menunjukkan bahwa indikator layanan sebagai prioritas utama, dimana tingkat kepentingan lebih tinggi, namun kinerjanya lebih rendah. Indikator yang harus segera diperbaiki adalah kesabaran bagian pelayanan (administrasi) dalam mendengarkan keluhan konsumen yang terdapat pada dimensi *assurance* dengan nilai tingkat kepuasan 4.086 poin, dan nilai tingkat kepentingan 4.114 poin.

Hasil pemetaan pada peta IPM menunjukkan pada kuadran I hanya terdapat 1 atribut yang menjadi prioritas perbaikan. Hal tersebut karena berpengaruh terhadap kualitas layanan, kesabaran bagian pelayanan (administrasi) dalam mendengarkan keluhan konsumen. Kesabaran bagian administrasi ini berpengaruh pada tugas bagi mekanik dalam memperbaiki kerusakan. Kesesuaian kerusakan dengan pekerjaan yang diperbaiki berpengaruh pada kepuasan konsumen dari penilaian hasil perbaikan atau layanan yang diberikan. Sehingga, usulan perbaikan yang diberikan adalah mengetahui kondisi di lapangan, terdapat ketidaksabaran petugas admin dalam mendengarkan keluhan konsumen. Hal tersebut di sebabkan kondisi personal (permasalahan personal berpengaruh pada sikap dan profesionalitas kerja), banyak konsumen yang minta dilayani dan pegawai administrasi hanya ada 2 orang. Sehingga, usulan perbaikannya adalah: 1) Memberikan pelatihan *service excellent* tidak hanya pada pegawai administrasi, namun juga kepada bagian mekanik, petugas gudang dan keamanan; 2) Membuat instruksi kerja terkait kualitas pelayanan yang bertujuan meningkatkan kepuasan konsumen; 3) Membuat polling kepuasan layanan di masing-masing bidang, sehingga ke depannya akan mempermudah perbaikan pelayanan.

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pengolahan data dan Analisa dan pembahasan, simpulan yang diperoleh adalah atribut yang menjadi prioritas perbaikan pada kuadran I ini, menunjukkan bahwa indikator layanan sebagai prioritas utama, dimana tingkat kepentingan lebih tinggi, namun kinerjanya lebih rendah. Indikator yang harus segera diperbaiki adalah kesabaran bagian pelayanan (administrasi) dalam mendengarkan keluhan konsumen yang terdapat pada dimensi assurance dengan nilai tingkat kepuasan 4.086 poin, dan nilai tingkat kepentingan 4.114 poin.

References

- [1] A. A. Rahman and R. Widyanti, "Terhadap Metode Service Quality (Studi Pada Apotek Hg Kabupaten Banjar)."
- [2] Y. Prananda, D. R. Lucitasari, and M. S. Abdul Khannan, "Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan," *Opsi*, vol. 12, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.31315/opsi.v12i1.2827.
- [3] H. E. Lodhita, I. Santoso, S. Anggarini, and K. Konsumen, "Kata kunci: CSI (Customer Satisfaction Index), IPA (Importance Performance Analysis) , Kepuasan Konsumen, Kualitas pelayanan."
- [4] W. Sulistiyowati and Is, "Cause Analysis to Measure the Service Quality of Retail Company in PT . ' X ,'" 2018, vol. 125, no. Icigr 2017, pp. 301–306.
- [5] J. A. Kusumaningtyas and E. Sedyono, "Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Model KANO Dimensi SERVQUAL dan CSI Terhadap Layanan Sertifikasi Tanah di BPN (Badan Pertahanan Nasional)," *Tek. Inform. Teknol. Informasi-Aiti*, vol. 14, no. 2, pp. 124–136, 2017.
- [6] R. Khaliq, "IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DALAM KASUS KEPUASAN KONSUMEN USAHA LAUNDRY Restu Khaliq UIN Antasari Banjarmasin," *J. Ilmu Dakwah*, vol. 17, no. 34, pp. 47–64, 2018.
- [7] J. A. Martilla, And, and J. C. James, "Importance-Per Analysis," *J. Mark.*, vol. 41, no. 1, pp. 77–79, 2010.
- [8] F. Firdaus, "Aplikasi Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi) Untuk Analisa Peningkatan Kualitas Pelayanan Berdasarkan Persepsi Pengguna Moda Transportasi Bus Akdp Dan Akap Pada Terminal Type B (Studi Kasus Pada Terminal Caru," *Develop*, vol. 4, no. 1, pp. 63–84, 2020, doi: 10.25139/dev.v4i1.2277.
- [9] F. Setiawan, D. Chrismianto, S. J. Sisworo, F. Teknik, U. D. Semarang, and R. Kapal, "Meningkatkan Kualitas Pelayanan Galangan Pada Pekerjaan Reparasi Kapal," no. 1, pp. 18–27, 2015.
- [10] G. N. Sastra Agustika, I. G. A. Ayu Wulandari, and I. N. L. Jayanta, "Importance-Performance Analysis Sebagai Alat Evaluasi Kualitas Pelayanan Pendidikan Tinggi (Studi Kasus FIP Universitas Pendidikan Ganesha)," *J. Educ. Res. Eval.*, vol. 1, no. 4, p. 300, 2017, doi: 10.23887/jere.v1i4.13652.
- [11] H. C. Wahyuni and W. Sulistiyowati, "SERVQUAL," vol. 3, no. 1, pp. 1–8, 2015.
- [12] A. Asnawi, "Servqual Model terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Bongkar Muat dan EMKL," *J. Ilm. Adminitrasi Bisnis dan Inov.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–13, 2017.
- [13] P. S. Manajemen and U. Malang, "PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN (Servqual-Parasuraman) DALAM MEMBENTUK KEPUASAN PELANGGAN SEHINGGA TERCIPTA LOYALITAS PELANGGAN (Studi Kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen)."
- [14] D. Hidayat, A. Harsono, and H. Adianto, "Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Bengkel dan Cuci Mobil dengan Menggunakan Metode (Studi Kasus Bengkel Mobil Otto Clean) *," vol. 1, no. 1, pp. 215–225, 2017.
- [15] D. Patmawan, N. W. Setyanto, and R. A. Sari, "Analisis kualitas jasa pelayanan bengkel dengan mengintegrasikan metode service quality (servqual) dan quality function deployment (qfd) (studi kasus: ahass 7130 cemara agung motor Magetan)," *Jrmsi*, vol. 3, no. 1, pp. 85–98, 2015.
- [16] R. Nugraha, H. Ambar, and H. Adianto, "Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel 'X' Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis (Studi kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang)," *J. Online Inst. Teknol. Nas.*, vol. 1, no. 3, pp. 221–231, 2014.
- [17] A. Budiono, "Analisis Kualitas Pelayanan Konsumen Bengkel Mobil Suzuki Nusantara Jaya Sentosa Soekarno-Hatta Bandung," *E-Journal Grad. Unpar*, vol. 1, no. 2, pp. 141–149, 2014.