Pengukuran dan Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Service Kendaraan dengan Metode Service Quality dan Analytical Hierarchy Process

by Krisnadhi Hariyanto

Submission date: 29-Sep-2021 07:34PM (UTC+0700)
Submission ID: 1660590180
File name: ngan_Metode_Service_Quality_dan_Analytical_Hierarchy_Process.pdf (312.57K)
Word count: 4214
Character count: 25100

Pengukuran dan Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Service Kendaraan dengan Metode *Service Quality* dan *Analytical Hierarchy Process*

Krisnadhi Hariyanto[1*] dan Astria Hindratmo[2]
Teknik Industri, Universitas Wijaya Putra, Surabaya, Indonesia
***krisnadi@uwp.ac.id**

OPEN ACCESS

Citation: Krisnadhi Hariyanto and Astria Hindratmo. 2020. Pengukuran dan Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Service Kendaraan dengan Metode *Service Quality* dan *Analytical Hierarchy Process*. Journal of Research and Technology Vol VI (2020): Page 251–265.

Abstract
The service business in Indonesia is growing every year and competition is getting tougher. One of the service businesses that is always growing is motor vehicle repair service. So that the vehicle service company must make service improvements to be able to compete. For this reason, the company needs to know the service performance so that the company must know the advantages and disadvantages of the services provided to customers. The purpose of this study is to measure the performance of vehicle service quality and determine service improvement priorities in increasing customer satisfaction and loyalty. The method used in this research is service quality and Analytical Hierarchy Process (AHP). The results of the study were to obtain 21 service attributes obtained from interviews. Then from the results of processing with the service quality method, it turns out that there is a gap in service quality based on perceptions and expectations because it is negative. So all the existing service attributes need to be improved. Meanwhile, the results of determining priorities that need to be improved on the 21 service attributes using the AHP method show that the mechanical speed attribute in car service is the first priority because it has the largest weight, namely 0.107. Then the service attribute that gets the last priority to be repaired is the equipment and equipment attribute with the smallest weight of 0.02 because the current dealer already has a fairly complete vehicle service tool.

Keywords: *Vehicle Service, Service Quality, AHP.*

Abstrak
Bisnis jasa di Indonesia semakin tahun semakin berkembang dan persaingan juga semakin ketat. Salah satu bisnis jasa yang semakin tahun selalu berkembang yaitu jasa service perbaikan kendaraan bermotor. Perusahaan jasa service kendaraan harus melakukan peningkatan pelayanan agar mampu bersaing. Untuk itu perusahaan perlu mengetahui kinerja pelayanan sehingga perusahaan harus mengetahui keunggulan maupun kelemahan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengukur kinerja kualitas layanan

service kendaraan dan menentukan prioritas perbaikan layanan dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu service quality dan Analytical Hierarchy Process (AHP). Hasil penelitian yaitu mendapatkan 21 atribut pelayanan dari hasil wawancara. Hasil pengolahan dengan metode service quality ternyata terdapat gap kualitas pelayanan berdasarkan persepsi dan ekspektasi karena benilai negative, sehingga semua atribut layanan yang ada perlu diperbaiki kinerjanya. Sedangkan hasil penentuan prioritas yang perlu diperbaiki pada 21 atribut pelayanan dengan metode AHP ternyata atribut kecepatan mekanik dalam service mobil menjadi prioritas pertama karena memiliki bobot terbesar yaitu sebesar 0,107. Kemudian atribut pelayanan yang mendapat prioritas terakhir untuk diperbaiki yaitu atribut peralatan dan perlengkapan dengan bobot terkecil sebesar 0.02 karena dealer saat ini sudah memilki alat service kendaraan yang cukup lengkap.

Kata Kunci: *Jasa Service Kendaraan, Service Quality, AHP.*

1. Pendahuluan

Sektor industri jasa di Indonesia semakin tahun semakin meningkat, akibatnya hal tersebut akan berdampak pada persaingan industri jasa di Indonesia. Berdasarkan data yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik (BPS), perekonomian tumbuh sekitar 9,08% pada kuartal IV tahun 2018 pada sektor jasa (BPS, 2018). Bila dilihat dari kenaikan Produk Domestik Bruto (PDB), sektor jasa merupakan penyumbang terbesar selain sektor manufaktur. Salah satu sektor jasa yang semakin berkembang yaitu jasa *service* perbaikan layanan kendaraan bermotor. Perkembangan tersebut dikarenakan jumlah kendaraan yang selalu meningkat tiap tahun, sehingga semakin banyak bermunculan jasa *service* kendaraan bermotor yang menyebabkan pesaingan untuk menarik pelanggan juga semakin ketat. Perusahaan jasa *service* perbaikan kendaraan saling bersaing untuk memberikan pelayanan yang baik.

Kualitas layanan yang baik terhadap pelangan akan memberikan loyalitas pelanggan (Zeithaml et al., 1996). Sebab kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang bersifat dinamis berkaitan dengan produk, jasa manusia, hingga proses serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Fikri et al., 2016). Peningkatkan dalam loyalitas pelanggan, maka perusahan jasa perlu memberikan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang dirasakannya (Aryani & Rosinta, 2010). Loyalitas pelanggan merupakan bentuk komitmen pembeli dimana pembeli akan setia

membeli produk atau jasa walaupun jasa atau produk tersebut langka di pasaran (Nurwidayat, 2015).

Dalam memberikan layanan yang baik kepada pelanggan, maka perusahaan jasa perlu mengetahui sejauh mana tingkat kualitas layanan yang diberikan pelanggan bila dibandingkan dengan pesaing. Untuk itu, perusahaan perlu melakukan pengukuran kinerja layanan yang telah diberikan kepada pelanggan agar strategi perbaikan layanan dapat tepat sasaran. Selain itu juga dengan mengetahui kinerja layanan, perusahaan dapat menentukan target perbaikan layanan yang sesuai dengan kemampuan perusahaan dan dijadikan dasar perusahaan untuk melakukan perbaikan layanan secara berkelanjutan.

Dealer mobil "X" merupakan salah satu dealer yang berada di daerah Jemursari Surabaya. Saat ini, Dealer tersebut memiliki dua bisnis dalam usahanya yaitu bisnis penjualan mobil dan jasa *service* perbaikan mobil. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari karyawan bagian pelayanan perbaikan kendaraan, dealer dalam menjalankan bisnisnya untuk saat ini lebih berfokus pada jasa *service* perbaikan layanan karena penjualan mobil baru dalam satu tahun ini telah mengalami penurunan penjualan. Namun karena persaingan jasa perbaikan jasa *service* mobil di Surabaya semakin sengit, menyebabkan terjadi penurunan kurang lebih 10% per bulan jumlah pelanggan yang datang ke dealer untuk memperbaiki mobil bila dibandingkan tahun lalu. Selain itu, jumlah komplain dari pelanggan cenderung naik sekitar 2% dari tahun sebelumnya. Tindakan yang sudah dilakukan pihak dealer yaitu menambah jumlah karyawan bagian *service* perbaikan kendaraan, namun hal ini masih belum secara signifikan memperbaiki masalah yang ada.

Beberapa penelitian terdahulu yang mengenai permasalahan pelayanan jasa *service* kendaraan menggunakan Metode *Service Quality* dalam menyelesaikan permasalahan. *Service quality* merupakan model yang membandingkan kinerja atribut pelayanan jasa dengan standar layanan dari atribut tersebut, apabila kinerja atribut layanan melampaui standar, maka dapat dikatakan persepsi atas kualitas jasa meningkat (Parasuraman et al., 1990). Penelitian sebelumnya pada Nindya et. al (2014) menggunakan Metode *Service Quality* dalam merancang usulan perbaikan layanan service kendaraan di Dealer Yamaha Cicadas untuk memuaskan pelanggan. Kemudian pada Nugraha et al. (2015) tentang usulan perbaikan kualitas layanan kendaraan bermobil di PT Siloam Kia

Bandung dengan menggunakan Metode *Service Quality*. Kemudian pada Dewanti & Hermanto (2017) yaitu analisis analisis kualitas pelayanan pelanggan bengkel motor "ABC" menggunakan konsep servis *quality* dan *Importance-Performance Analysis* (IPA).

Berdasarkan beberapa studi kasus pada penelitian sebelumnya dan juga permasalahan yang ada pada Dealer "X", maka pada penelitian ini akan dilakukan pengukuran kualitas layanan jasa *service* perbaikan mobil dengan Metode *Service Quality* (Servqual). Berdasarkan Yulianti, (2017) konsep *servqual* digunakan untuk menghitung gap antara persepsi konsumen terhadap jasa dan nilai ekspektasi atau harapan. Selain itu juga akan ditentukan prioritas perbaikan pada atribut-atribut pelayanan yang dirasa memiliki *gap* yang bernilai *negative* dari persepsi dan ekspektasi dari pelanggan dengan menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). AHP dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan urutan prioritas atribut pelayanan yang perlu diperbaiki. Tujuan penelitian ini yaitu mengukur kualitas layanan jasa *service* perbaikan mobil dengan Metode *Service Quality* serta menentukan urutan prioritas perbaikan atribut layanan jasa *service* perbaikan mobil dengan Metode AHP. AHP merupakan metode pengambilan keputusan multi kriteria dengan teknik pombobotan (Saaty, 1980). Sedangkan Menurut Munthafa dan Mubarok (2017) *Analytical Hierarchy Process* (AHP) merupakan metode pengambilan keputusan permasalahan yang kompleks sehingga masalah tersebut berstruktur dan sistematis.

Adapun langkah-langkah dalam AHP yaitu (1) mendefinisikan masalah dan menentukan tujuan, (2) menyusun masalah kedalam suatu struktur hirarki sehingga permasalahan yang kompleks dapat ditinjau dari sisi yang detail dan terukur, (3) menyusun prioritas untuk tiap elemen masalah pada tiap tingkat hirarki, melakukan pengujian konsistensi terhadap perbandingan antar elemen yang didapatkan pada tiap tingkat hirarki, (4) melakukan pengujian konsistensi terhadap perbandingan antar elemen yang didapatkan pada tiap tingkat hirarki, (5) menghitung nilai eigen dan menguji konsistensinya, jika tidak konsisten, maka pengambilan data diulangi, (6) Mengulangi langkah 3, 4, dan 5 untuk seluruh tingkat hirarki, (7) Menghitung *vektor eigen* dari setiap matriks perbandingan berpasangan, (8) Memeriksa konsistensi hirarki. Jika nilainya lebih dari 10%, maka penilaian

data *judgement* harus diperbaiki (Munthafa dan Mubarok, 2017).

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Dealer "X" yang terletak di Jalan Jemursari Surabaya. Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 (dua) macam yaitu data kualitatitf dan kuantitatif. Tipe data yang digunakan yaitu data primer melalui wawancara dan pengisian kuesioner, sedangkan untuk data sekunder didapatkan dari literatur atau jurnal penelitian terdahulu. Pengambilan data primer dilakukan dengan wawacara kepada 2 (dua) orang karyawan bagian pelayanan *service* perbaikan mobil untuk mendapatkan atribut-atribut pelayanan yang diberikan pelanggan. Setelah mendapatkan atribut pelayanan kemudian dibuatkan penilaian atribut dengan skala likert skor 1-5 untuk mengetahui kepuasan tiap atribut dalam bentuk kuesioner yang diberikan kepada 100 orang pelanggan secara acak. Dari hasil pengisian kuesioner tersebut lalu dilakukan uji validitas dan reliabilitas data kuesioner tersebut. Kuesioner tersebut diberikan dalam 2 (dua) macam yaitu kuesioner untuk persepsi dan ekspektasi dengan komponen pertanyaan mengenai atribut pelayanan yang diberikan. Setelah mendapatkan nilai persepsi dan ekspektasi dari kuesioner yang diberikan pelanggan lalu dihitung rata-rata nilai persepsi dan ekspektasi.

Dari hasil rata-rata nilai ekspektasi dan persepsi tiap atribut pelayanan, dilakukan penentuan nilai *gap* dengan cara nilai rata-rata persepsi dikurangi nilai rata-rata ekspektasi. Setelah itu tahap selanjutnya menentukan nilai gap antar dimensi *service quality* dengan cara nilai rata-rata persepsi dikurangi rata-rata ekspektasi pada tiap dimensi *service quality.* Dari hasil penentuan nilai *gap* tersebut, maka dibuatkan diagram kartesius untuk mengetahui posisi kuadran dari atribut-atribut pelayanan jasa *service* perbaikan mobil pada Dealer "X". Tahap selanjutnya yaitu melakukan identifikasi atribut pelayanan yang bernilai (-) *negative*, sehingga atribut pelayanan tersebut perlu diperbaiki kinerjanya. Setelah diketahui berapa atribut yang perlu diperbaiki, kemudian dilakukan penentuan prioritas perbaikan kinerja layanan dengan menggunakan sistem *ranking* pembobotan dengan Metode AHP.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Penentuan Atribut Layanan

Penentuan atribut layanan jasa *service* perbaikan mobil pada Dealer "X" didapatkan dengan wawancara pada 2 (dua) orang karyawan bagian pelayanan. Dari hasil wawancara didapatkan sebanyak 21 atribut layanan jasa *service* perbaikan mobil yang ada pada Dealer "X". Daftar atribut layanan *service* perbaikan mobil yang diberikan pada pelanggan terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut Layanan *Service* Perbaikan Mobil

Atribut layanan	Kode Atribut	Dimensi Servqual
Ruangan antrian mobil	1	*Tangible*
Peralatan dan perlengkapan	2	
Ketersediaan *sparepart* lengkap	3	
Ketersediaan minum dan *snack* gratis	4	
Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (tv, majalah, Koran dll)	5	
Ruang tunggu nyaman	6	
Kecepatan mekanik dalam *service* mobil	7	*Reliability*
Penyelesaian tepat waktu	8	
Jam buka layanan *service*	9	
Mekanik yang handal	10	
Memberi informasi waktu selesai *service*	11	*Responsive-ness*
Respon cepat terhadap *complain customer*	12	
Pemberian informasi *sparepart* yang harus diganti	13	
Kualitas *service* yang diberikan	14	*Assurance*
Pemberian *sparepart* asli	15	
Pemberian garansi pasca *service*	16	
Jaminan pengecekan sebelum dan setelah *service*	17	
Jaminan *service* gratis 1.000-50.000 Km	18	
Kemudahan dihubungi 24 jam	19	*Empathy*
Melayani dengan ramah dan sopan	20	
Menghubungi pelanggan pasca *service*	21	

3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah mendapatkan atribut layanan jasa s*ervice* mobil, kemudian dilakukan penyebaran kuesioner secara acak kepada 100 orang pelanggan sebagai sampel. Penentuan sampel mengunakan Metode Slovin. Kuesioner berisikan tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut layanan jasa *service* yang dimiliki oleh Dealer "X" dengan skala likert skor 1-5. Kuesioner

yang diberikan pelanggan ada 2 (dua) macam yaitu kuesioner kepuasan berdasarkan persepsi dan ekspektasi. Hasil kuesioner tersebut kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya dengan bantuan *software* SPSS. Hasil uji validitas pada hasil kuesioner persepsi dan ekspektasi terdapat pada Tabel 2, sedangkan uji reliabilitas pada hasil kuesioner persepsi pada Tabel 3 dan uji reliabilitas ekspektasi terdapat pada Tabel 4.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Hasil Kuesioner Persepsi dan Ekspektasi

No	Nilai r Tabel	Persepsi	Ekspektasi	Valid/ Tidak
1	0.197	0.492	0.430	Valid
2	0.197	0.541	0.378	Valid
3	0.197	0.443	0.654	Valid
4	0.197	0.331	0.312	Valid
5	0.197	0.312	0.489	Valid
6	0.197	0.415	0.445	Valid
7	0.197	0.320	0.662	Valid
8	0.197	0.325	0.446	Valid
9	0.197	0.423	0.448	Valid
10	0.197	0.415	0.552	Valid
11	0.197	0.331	0.536	Valid
12	0.197	0.460	0.373	Valid
13	0.197	0.541	0.319	Valid
14	0.197	0.692	0.420	Valid
15	0.197	0.459	0.313	Valid
16	0.197	0.532	0.329	Valid
17	0.197	0.386	0.451	Valid
18	0.197	0.338	0.337	Valid
19	0.197	0.561	0.462	Valid
20	0.197	0.388	0.432	Valid
21	0.197	0.491	0.315	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 2, menunjukkan bahwa hasil kuesioner semuanya dinyatakan "valid" karena nilai R hitung lebih besar dari nilai R tabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Pelanggan

Cronbach's Alpha	*Cronbach's Alpha Based on Standardized Items*	*N of Items*
.839	.840	21

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Ekspektasi Pelanggan

Cronbach's Alpha	***Cronbach's Alpha Based on Standardized Items***	***N of Items***
.802	.798	21

Berdasarkan Tabel 3 dan 4, nilai *Cronbach's Alpha Based on Standarized item* nilainya diatas 60% sehingga data hasil kuesioner persepsi pelanggan dan ekspektasi pelanggan dinyatakan reliabel.

3.3 Penentuan Gap Persepsi dan Ekspektasi

Penentuan nilai *gap* antara persepsi dan ekspektasi didapatkan dari nilai rata-rata hasil kuesioner persepsi dikurangi dengan nilai ekspektasi tiap atribut pelayanan. Hasil perhitungan tersebut untuk mengetahui atribut yang memiliki *gap negative* terbesar hingga terkecil. Rumus yang digunakan dalam penentuan *gap* yaitu:

$$Q = P \text{ (Persepsi)} - E \text{ (Ekspektasi)} \quad (1)$$

Tabel 5. Nilai *Gap* Tiap Atribut Layanan Jasa *Service* Perbaikan Mobil

Dimensi	**Atribut layanan**	**No Atribut**	***Customer Satisfaction***		
			Persepsi	**Ekspektasi**	**Gap**
Tangible (Bukti Fisik)	Ruangan antrian mobil	1	2.543	4.231	-1.688
	Peralatan dan perlengkapan	2	3.212	4.442	-1.230
	Ketersediaan *sparepart* lengkap	3	3.112	4.325	-1.213
	Ketersediaan minum dan *snack* gratis	4	2.765	4.554	-1.789
	Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (tv, majalah, Koran dll)	5	2.987	4.453	-1.466
	Ruang tunggu nyaman	6	2.778	4.785	-2.007
Reliability (Kehandalan)	Kecepatan mekanik dalam *service* mobil	7	3.113	4.885	-1.772
	Penyelesaian tepat waktu	8	2.115	4.654	-2.539
	Jam buka layanan *service*	9	3.757	4.135	-0.378
	Mekanik yang handal	10	3.809	4.780	-0.971

Dimensi	Atribut layanan	No Atribut	*Customer Satisfaction*		
			Persepsi	Ekspektasi	Gap
Responsiveness (Daya Tanggap)	Memberi informasi waktu selesai *service*	11	2.154	4.367	-2.213
	Respon cepat terhadap *complain costumer*	12	3.671	4.657	-0.986
	Pemberian informasi *sparepart* yang harus diganti	13	3.443	4.560	-1.117
Assurance (Jaminan)	Kualitas *service* yang diberikan	14	2.538	4.426	-1.888
	Pemberian *sparepart* asli	15	3.986	4.750	-0.764
	Pemberian garansi pasca *service*	16	2,583	4.572	-1.989
	Jaminan pengecekan sebelum dan setelah *service*	17	3.245	4.678	-1.433
	Jaminan *service* gratis 1.000-50.000 Km	18	3.347	4.743	-1.396
Empathy (Empati)	Kemudahan dihubungi 24 jam	19	2.210	4.593	-2.383
	Melayani dengan ramah dan sopan	20	2.225	4.862	-2.637
	Menghubungi pelanggan pasca *service*	21	3.324	4.659	-1.335

Tabel 5 menunjukkan bahwa hampir semua atribut pelayanan memiliki nilai *negative* sehingga perlu dilakukan perbaikan pada semua atribut pelayanan agar persepsi dengan ekspektasi seimbang. Setelah didapatkan nilai *gap* tiap atribut kemudian ditentukan nilai *gap* antar dimensi *service quality.* Nilai *gap* antar dimensi *service quality* terdapat pada Tabel 6. Tujuan dari perhitungan nilai *gap* antar dimensi ini untuk mengetahui dimensi yang memiliki *gap* terbesar antara persepsi dibanding ekspektasi menurut pelanggan.

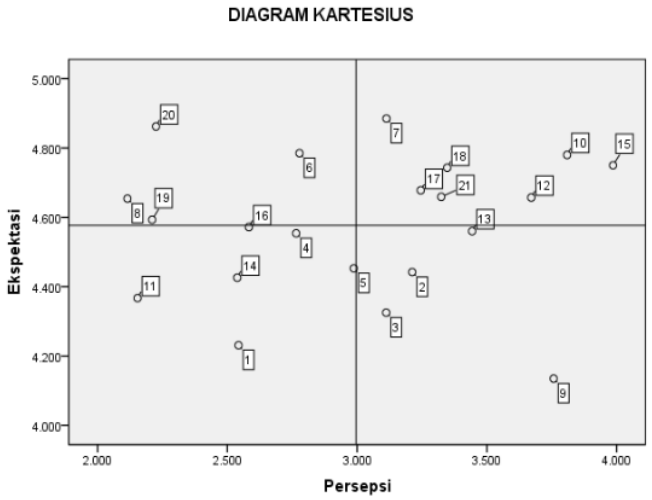
Tabel 6 menunjukkan bahwa semua dimensi memiliki gap *negative*, namun *gap* terbesar terdapat pada dimensi empati sehingga dimensi tersebut perlu mendapatkan perhatian yang lebih banyak diprioritaskan untuk diperbaiki.

Tabel 6. Nilai *Gap* Tiap Dimensi *Service Quality*

Dimensi	Rata-rata		*Gap*	Ranking	Hasil
	Persepsi	Ekspektasi			
Tangible	2.8995	4.4650	-1.565	2	Kurang Berkualitas
Reliability	3.1985	4.6135	-1.415	5	Kurang berkualitas
Responsiveness	3.0893	4.5280	-1.439	4	Kurang berkualitas
Assurance	3.1398	4.6338	-1.494	3	Kurang berkualitas
Empathy	2.5863	4.7046	-2.118	1	Kurang berkualitas

3.4 Penentuan Diagram Kartesius Atribut Layanan *Service* Perbaikan Mobil

Penentuan diagram kartesius atribut layanan *service* mobil dimaksudkan untuk mengetahui gambaran sebaran posisi tiap-tiap atribut dalam kuadran diagram kartesius. Diagram kartesius atribut layanana jasa *service* perbaikan mobil terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Kartesius Atribut Layanan *Service* Mobil

Gambar 1 menunjukkan bahwa kuadran I lebih banyak atribut pelayanan dari pada kuadran II, III, dan IV. Sehingga atribut yang ada pada kuadran I tersebut lebih prioritas diperbaiki kualitas atribut layanannya, walaupun semua atribut juga harus diperbaiki karena nilai *gap* nya bernilai negatif pada semua atribut pada seluruh kuadran.

3.5 Penentuan Prioritas Perbaikan Layanan *Service* Perbaikan Mobil

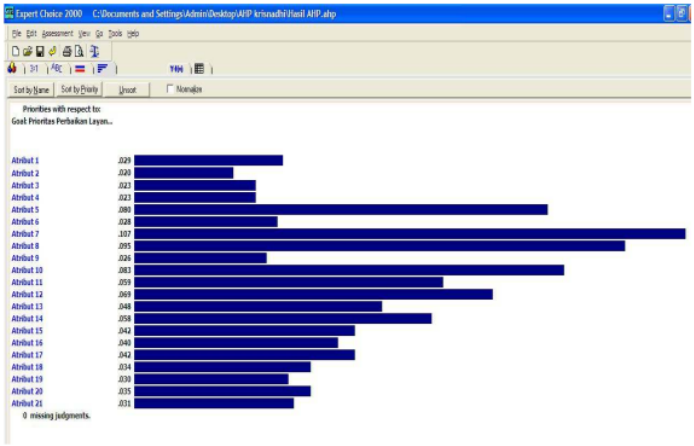
Berdasarkan Gambar 1 serta hasil pada Tabel 5 dan 6, menunjukkan bahwa semua atribut layanan jasa *service* perbaikan mobil yang diberikan dealer terhadap pelanggan perlu diperbaiki semua karena hampir semua *gap* antara persepsi dengan ekspektasi bernilai *negative*. Maka dari itu perlu dilakukan urutan prioritas perbaikan atribut yang didahulukan untuk diperbaiki pihak dealer agar bisa fokus satu persatu dalam memperbaiki atribut layanan jasa *service*. Penentuan urutan prioritas perbaikan pada semua atribut menggunakan Metode AHP. Pengolahan AHP ini menggunakan data kuesioner perbandingan berpasangan antar atribut yang diisi skor 1-9 terhadap 2 (dua) orang karyawan yang *expert* yaitu manajer dan *supervisor* bagian *service* perbaikan mobil. Hasil penentuan prioritas perbaikan kualitas layanan terdapat pada Tabel 7.

Tabel 7. Penentuan Prioritas Perbaikan Layanan Berdasarkan Bobot dengan AHP

ATRIBUT LAYANAN	KODE ATRIBUT	BOBOT AHP	PERINGKAT PRIORITAS
Kecepatan mekanik dalam *service* mobil	7	0.107	1
Penyelesaian tepat waktu	8	0.095	2
Mekanik yang handal	10	0.083	3
Kelengkapan sarana hiburan pada ruang tunggu (tv, majalah, koran, dan lain-lain)	5	0.080	4
Respon cepat terhadap *complain costumer*	12	0.069	5
Memberi informasi waktu selesai *service*	11	0.059	6
Kualitas *service* yang diberikan	14	0.058	7
Pemberian informasi *sparepart* yang harus diganti	13	0.048	8
Pemberian *sparepart* asli	15	0.042	9
Jaminan pengecekan sebelum dan setelah *service*	17	0.042	10
Pemberian garansi pasca *service*	16	0.040	11
Melayani dengan ramah dan sopan	20	0.035	12
Jaminan *service* gratis 1.000-50.000 Km	18	0.034	13
Menghubungi pelanggan pasca *service*	21	0.031	14

ATRIBUT LAYANAN	KODE ATRIBUT	BOBOT AHP	PERINGKAT PRIORITAS
Kemudahan dihubungi 24 jam	19	0.03	15
Ruangan antrian mobil	1	0.029	16
Ruang tunggu nyaman	6	0.028	17
Jam buka layanan *service*	9	0.026	18
Ketersediaan *sparepart* lengkap	3	0.023	19
Ketersediaan minum dan *snack* gratis	4	0.023	20
Peralatan dan perlengkapan	2	0.020	21

Tabel 7 menunjukkan bahwa atribut pelayanan kecepatan mekanik dalam *service* mobil menjadi prioritas pertama yang harus diperbaiki, sedangkan pada prioritas terakhir untuk diperbaiki yaitu pada atribut peralatan dan perlengkapan *service* perbaikan mobil karena peralatan yang dimiliki dealer sudah cukup lengkap. Hasil Pembobotan AHP dditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Pembobotan AHP tiap Atribut Pelayanan Menggunakan *Software Expert Choice*

3.6 Usulan Perbaikan Layanan Jasa *Service*

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisa, maka dapat diberikan usulan prioritas perbaikan pada atribut layanan jasa perbaikan mobil sebagai berikut:

1. Dealer perlu memberikan pelatihan keterampilan perbaikan mobil pada karyawan bagian mekanik secara berkelanjutan agar memiliki kemampuan yang handal sehingga waktu penyelesaian perbaikan mobil bisa dengan cepat.

2. Perlunya memberikan fasilitas tambahan berupa hiburan seperti majalah olah raga untuk laki-laki dan majalah untuk wanita kepada pelanggan saat menunggu perbaikan mobil agar merasa nyaman.
3. Jumlah karyawan bagian *customer handling* perlu ditambah jumlahnya dan juga diberikan pelatihan cara komunikasi yang baik kepada pelanggan.
4. Karyawan bagian teknisi perlu meningkatkan ketelitian dan ketepatan dalan identifikasi kerusakan mobil agar kualitas hasil s*ervice* memuaskan.
5. Pemberian informasi yang tepat terkait *sparepart* mobil yang perlu diganti.
6. Pengantian *sparepart* wajib menggunakan 100% kualitas asli dari astra.
7. Memberikan jaminan pengecekan gratis dan memberikan garansi 3 (tiga) bulan pasca *service*.
8. Perlunya memberikan tambahan pelayanan darurat 24 jam untuk *mobile service* untuk pelanggan.
9. Perlunya peningkatan kebersihan ruang tunggu pelanggan agar nyaman saat menunggu.
10. Perlunya menyediakan *sparepart* secara lengkap untuk berbagai merek agar tidak perlu menunggu berminggu-minggu untuk perbaikan mobil

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan 21 atribut layanan jasa perbaikan mobil pada Dealer "X". Dari hasil pengolahan dengan Metode *Service Quality* ternyata dari 21 atribut tersebut semuanya memiliki *gap* antara persepsi dan ekspektasi pelanggan bernilai *negative* sehingga seluruh atribut perlu diperbaiki untuk mengurangi gap atau bahkan menyeimbangkan *gap* tersebut agar pelanggan puas. Gap terbesar terdapat pada atribut melayani dengan ramah dan sopan sebesar -2.635 dan gap terkecil pada atribut jam buka layanan *service* sebesar -0.378. Gap tersebut didapat dari data kuesioner 100 pelanggan secara acak.

Penentuan prioritas perbaikan kualitas seluruh atribut layanan jasa *service* mobil dilakukan dengan Motode AHP untuk menentukan peringkat prioritas atribut yang diperbaiki terlebih dahulu menurut pihak dealer. Data untuk mengolah AHP didapatkan dari pengisian kuesioner yang diberikan kepada manajer dan *supervisor* bagian *service* perbaikan mobil. Hasil

penentuan prioritas perbaikan atribut layanan menunjukkan bahwa bobot paling besar yaitu kecepatan mekanik dalam *service* mobil sebesar 0,107 sehingga menjadi prioritas pertama yang harus diperbaiki. Sedangkan untuk prioritas terakhir yaitu pada atribut layanan peralatan dan perlengkapan sebesar 0.020 karena pelanggan merasa peralatan *service* mobil yang tersedia sudah cukup lengkap.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ketua LPPM Universitas Wijaya Putra.
2. Dekan Fakultas Teknik Universitas Wijaya Putra.
3. Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Wijaya Putra.
4. Seluruh narasumber dari pihak dealer dan pelanggan *service* yang tidak bisa kami sebutkan namanya satu persatu.

DAFTAR PUSTAKA

Aryani, D. dan Rosinta F. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Volume 17, Nomor 2, hal 114-126.

Badan Pusat Statistik 2018. Ekonomi Indonesia 2018 Tumbuh 5,17 Persen, https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/02/06/1619/ekonomi-indonesia-2018-tumbuh-5-17-persen.html. (20 Maret 2020).

Dewanti, Krisna G. dan Hermanto. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan Pelanggan Bengkel Motor "ABC" Menggunakan Konsep Servis *Quality* dan *Importance-Performance Analysis*. Journal Industrial Manufacturing, Vol. 2, No. 2, pp.62-69.

Fikri, Sirhan, Wiyani, Wahyu, dan Suwandaru, Agung. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). Jurnal Bisnis dan Manajemen Universitas Merdeka Malang, Volume 3, No.1.

Munthafa, A. E. dan Mubarok, H. 2017. Penerapan Metode *Analytical Hierarchy Process* dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi. Jurnal Siliwangi, Vol. 3, No. 2, hal. 192–201.

Nindya, Mira R., Arijanto, Sugih, dan Liansari, Permata G. 2014. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Service Kendaraan Bermotor Menggunakan Metode *Service Quality* di Dealer

Yamaha Cicadas. Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Jurnal Reka Integra, Vol. 02, No.02.

Nugraha, Angki T., Harsono, Ambar, dan Novirani Dwi. 2015. Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan *Service* Kendaraan Bermobil Menggunakan Metode *Service Quality* di PT. Siloam Kia Bandung, Jurnal Online Institut Teknologi Nasional Jurnal Reka Integra, Vol. 03, No. 02.

Nurwidayat, Ayu. (2015). Analisis Pengaruh Pelayanan dan Keragaman Barang terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Pasar Bunder di Sragen). *Skripsi.* Pendidikan Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Parasuraman, A., Zeithmal, Valarie A., and Berry, Leornard L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception and Expectations*. The Free Press.

Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. New York: McGraw- Hill.

Yulianti, Yayu 2017. Analisis Kualitas Pelayanan Pendidikan dengan Menggunakan *Gap Analysis* dan *Importance Performance Analysis* pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi UNY. Jurnal Pendidikan Ekonomi, Volume 6, Nomor 2.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., and Parasuraman, A. 1996. *The Behavioral Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing, 60.

Pengukuran dan Penentuan Prioritas Perbaikan Kualitas Layanan Jasa Service Kendaraan dengan Metode Service Quality dan Analytical Hierarchy Process

ORIGINALITY REPORT

3%	3%	0%	0%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	conference.binadarma.ac.id Internet Source	3%

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 3%
Exclude bibliography	On		