

BAB V

ANALISA DAN INTERPRETASI

5.1. Analisa Data

5.1.1. Analisa Hasil Pengujian

a. Uji Kecukupan Data

Dengan menggunakan rumus Bernoulli didapatkan jumlah responden minimum sebanyak 73 orang, dan dilakukan penyebaran kuisioner sebanyak 90 dengan 5 kuisioner yang tidak dapat diterima dan didapatkan jumlah responden sebanyak 85. Sehingga dari 85 responden tersebut dinyatakan mewakili kuisioner yang akan disebar secara acak kepada konsumen PT. Arina Parama Jaya.

b. Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan pada semua atribut, yaitu atribut persepsi konsumen dan atribut harapan konsumen. Dari semua atribut dinyatakan valid karena nilai r hitung dari semua atribut lebih besar dari r tabel (0,216).

c. Uji Reliabilitas Data

Hasil uji reliabilitas dinyatakan bahwa semua data (persepsi dan harapan) adalah reliabel, karena hasil dari penghitungan dengan rumus *Alpha Chronbach* nialinya $> 0,216$. Nilai *alpha* persepsi adalah 0,2826 dan nilai *alpha* harapan adalah 0,3409.

5.1.2. Analisa Hasil Pengolahan Gap Persepsi dan Harapan Konsumen

a. Penghitungan Nilai Defuzzyfikasi Persepsi Konsumen

Dari hasil pengolahan data persepsi konsumen dan dilakukan penghitungan *defuzzyfikasi* dengan bantuan *Ms. Excel* dapat diketahui nilai persepsi tertinggi dari kualitas pelayanan bengkel PT. Arina Parama Jaya kepada konsumen adalah kemudahan proses pembayaran dengan nilai 0,7279 dan nilai terendah adalah kebersihan kendaraan setelah perawatan atau perbaikan dengan nilai 0,5426.

b. Penghitungan Nilai Defuzzyfikasi Harapan Konsumen

Dari hasil pengolahan data harapan konsumen dan dilakukan penghitungan *defuzzyfikasi* dengan bantuan *Ms. Excel* dapat diketahui nilai harapan tertinggi

dari kualitas pelayanan bengkel PT. Arina Parama Jaya kepada konsumen adalah kemudahan proses pembayaran dengan nilai 0,7588 dan nilai terendah adalah kenyamanan dan kebersihan fasilitas konsumen (ruang tunggu, toilet, ruang merokok, dll) dengan nilai 0,5088.

c. Penghitungan Nilai Servqual (Gap) per Atribut antara Persepsi dan Harapan Konsumen

Dari hasil pengolahan data untuk nilai servqual (Gap) per atribut antara persepsi dan harapan konsumen diperoleh hasil gap tertinggi adalah pada atribut kebersihan kendaraan setelah perawatan dan perbaikan dengan nilai -0,1133 dan nilai gap terendah adalah pada atribut kenyamanan dan kebersihan fasilitas konsumen (ruang tunggu, toilet, ruang merokok, dll) dengan nilai 0,10.

d. Penghitungan Nilai Servqual (Gap) per Dimensi antara Persepsi dan Harapan Konsumen

Hasil perhitungan gap per dimensi menunjukkan bahwa dimensi *Reliability* memiliki hasil gap tertinggi yaitu -0,0707 dan hasil gap yang terendah pada dimensi *Tangibels* dengan nilai 0,0066. Hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut dalam dimensi *Reliability* sangat perlu dilakukan perbaikan karena memiliki gap paling besar terhadap variabel pelayanan.

e. Penghitungan Nilai Servqual (Gap) Keseluruhan antara Persepsi dan Harapan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan gap secara keseluruhan menunjukkan bahwa nilai gap negatif sebesar -0,2130, berarti apa yang diharapkan konsumen belum sesuai dengan apa yang diperoleh konsumen di bengkel PT. Arina Parama Jaya.

5.2. Interpretasi

5.2.1. Interpretasi Hasil Pengujian

a. Uji Kecukupan Data

Berdasarkan uji kecukupan data dengan menggunakan rumus *Bernouilly*, penelitian ini sudah terwakili oleh 85 responden untuk kuisisioner tertutup berdasarkan penyebaran kuisisioner sebanyak 90 dengan 5 kuisisioner yang tidak

dapat diterima. Maka penelitian ini sudah sah dalam prosedur jumlah responden yang dibutuhkan.

b. Uji Validitas Data

Berdasarkan pengujian validitas terhadap tabulasi kuisioner tertutup dinyatakan bahwa setiap atribut dari kuisioner tertutup dinyatakan valid karena nilai hitungnya lebih besar dari r tabel (0,216), maka kesimpulannya data tersebut valid dan dapat diterima.

c. Uji Reliabilitas Data

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas terhadap alat ukur berupa kuisioner tertutup yang telah disebarkan menunjukkan hasil yang dapat diandalkan karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,216), maka kesimpulannya data tersebut reliabel dan dapat diterima.

5.2.2. Interpretasi Hasil Pengolahan Gap Persepsi dan Harapan Konsumen

a. Penghitungan Nilai Defuzzyfikasi Persepsi Konsumen

Berdasarkan dari hasil pengolahan data dan setelah defuzzyfikasi terdapat atribut yang harus dipertahankan oleh pihak manajemen PT. Arina Parama Jaya karena konsumen sudah merasakan kepuasan yang sangat baik yaitu pada atribut X10 (kemudahan proses pembayaran), X1 (Sopan santun dan keramahan petugas bengkel), dan X8 (Kewajaran harga jasa dan suku cadang). Oleh karena itu atribut-atribut ini harus selalu dijaga kualitas pelayanannya karena merupakan titik kepuasan yang sangat baik menurut konsumen.

Tugas terbesar PT. Arina Parama Jaya adalah harus memperhatikan atribut yang memiliki tingkat kepuasan paling rendah, yaitu pada atribut X4 (kebersihan kendaraan setelah perawatan atau perbaikan) karena merupakan titik ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Dengan hasil atribut tertinggi dan terendah maka pihak manajemen mengetahui atribut mana yang paling baik dan yang paling buruk berdasarkan kepuasan konsumen.

b. Penghitungan Nilai Defuzzyfikasi Harapan Konsumen

Berdasarkan dari hasil pengolahan data dan setelah defuzzyfikasi terdapat atribut yang harus dipertahankan oleh pihak manajemen PT. Arina Parama Jaya karena konsumen memiliki harapan yang tinggi yaitu pada atribut X10 (kemudahan proses pembayaran), X9 (kualitas perawatan atau perbaikan sudah sesuai permintaan konsumen), dan X12 (kemampuan petugas bengkel berinteraksi dengan konsumen).

Sedangkan untuk harapan konsumen yang terendah yaitu pada atribut X2 (kenyamanan dan kebersihan fasilitas konsumen (ruang tunggu, toilet, ruang merokok, dll)).

Dengan hasil atribut tertinggi dan terendah maka pihak manajemen mengetahui atribut mana yang paling baik dan yang paling buruk berdasarkan harapan konsumen.

c. Penghitungan Nilai Servqual (Gap) per Atribut antara Persepsi dan Harapan Konsumen

Kualitas layanan tiap atribut direpresentasikan dengan nilai gap yang diperoleh. Nilai gap yang negatif menunjukkan bahwa kualitas layanan suatu atribut kurang baik sehingga perlu ditingkatkan. Idealnya nilai gap sama dengan nol jika nilai persepsi sama dengan nilai harapan pelanggan.

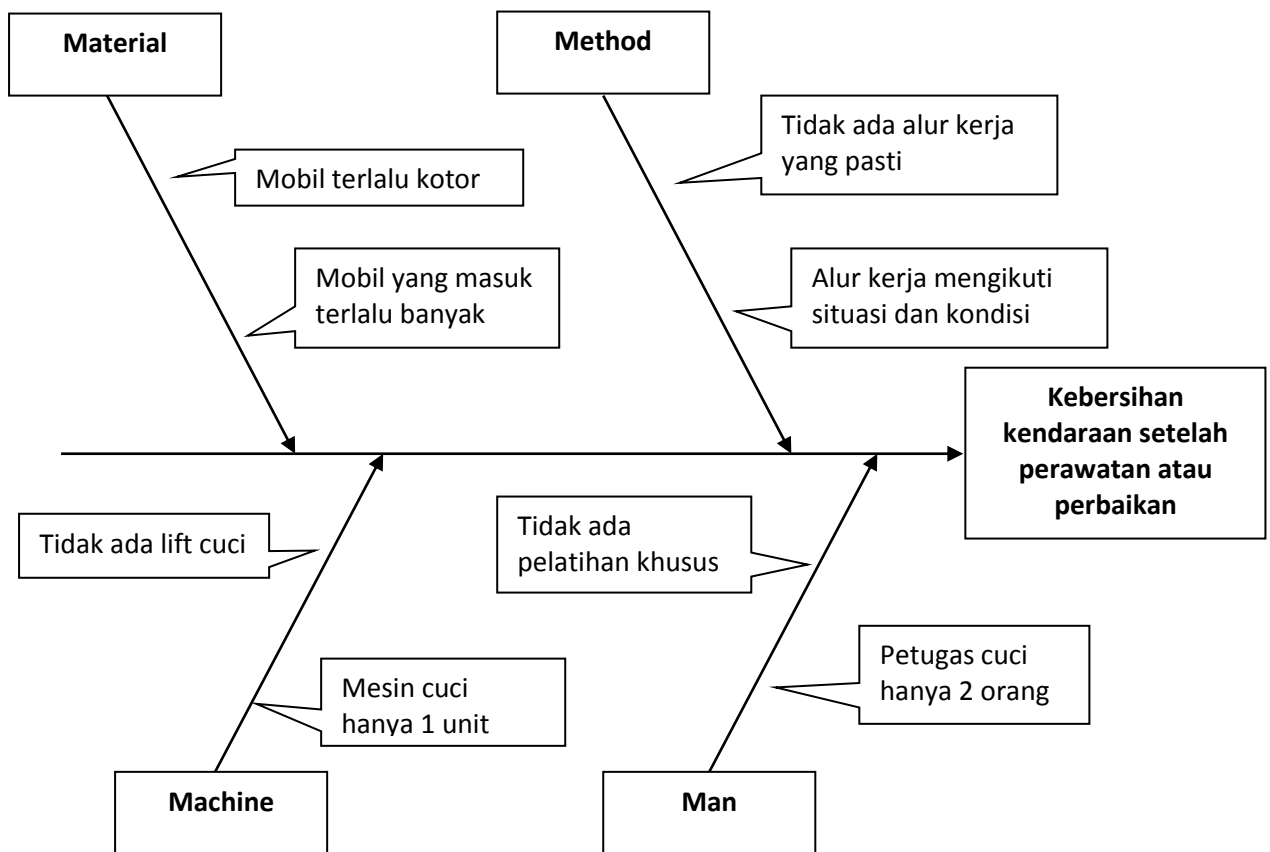
Jika nilai yang diperoleh positif maka persepsi melebihi harapan pelanggan, tetapi jika nilainya negatif dan semakin besar kearah negatif maka atribut tersebut menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kualitasnya. Dari hasil penghitungan nilai servqual (gap) per atribut dari selisih tingkat persepsi dan harapan menunjukkan sampai sejauh mana pihak Bengkel PT. Arina Parama Jaya telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen.

Peran bobot dalam gap akan memberikan tingkat kepentingan seberapa jauh peran atribut tersebut dalam memberikan peningkatan kualitas pelayanan. Hasil gap tertinggi adalah ada atribut kebersihan kendaraan setelah perawatan atau perbaikan dengan nilai -0,1133 dan nilai gap terendah pada atribut kenyamanan dan kebersihan fasilitas konsumen (ruang tunggu, toilet, ruang merokok, dll) dengan nilai 0,1. Pada Tabel 5.1 dapat dilihat 3 atribut dengan nilai gap terbesar yang harus menjadi perhatian Bengkel PT. Arina Parama Jaya.

Tabel 5.1. Nilai *Servqual (Gap)* Terbesar per Atribut

Atribut Pelayanan	Gap	Rank
Kebersihan kendaraan setelah perawatan atau perbaikan	-0,1133	1
Kualitas perawatan atau perbaikan sudah sesuai permintaan konsumen	-0,1044	2
Kemampuan petugas bengkel berinteraksi dengan konsumen	-0,0912	3

Analisa usulan perbaikan yang dapat disarankan ke pihak Bengkel PT. Arina Parama Jaya untuk meningkatkan kualitas pada atribut dengan nilai negatif terbesar (Kebersihan kendaraan setelah perawatan atau perbaikan) dapat dilakukan dengan metode diagram sebab akibat (*fishbone*) seperti pada gambar 5.1.



Gambar 5.1. Diagram Sebab Akibat Usulan Perbaikan

Dari gambar 5.1 yang diperoleh dari hasil diskusi dengan petugas cuci maka dapat dibuatkan usulan perbaikan sebagai berikut :

1. Melakukan pembersihan kendaraan secara rutin setiap selesai perawatan atau perbaikan walaupun kendaraan tidak terlalu kotor.
2. Lebih cermat dan teliti dalam membersihkan kendaraan terutama pada bagian-bagian yang sulit dilihat secara visual.
3. Pengecekan ulang dan memastikan bahwa permasalahan pada kendaraan sudah terselesaikan sesuai dengan permintaan konsumen.
4. Memberikan pelatihan kepada petugas cuci secara rutin.
5. Membuat alur proses kerja pembersihan kendaraan agar lebih efektif dan efisien untuk kemudian dijadikan SOP proses cuci.

d. Penghitungan Nilai Servqual (Gap) per Dimensi antara Persepsi dan Harapan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *gap servqual* per dimensi antara persepsi dan harapan konsumen, dimensi *Reliability* memiliki nilai negatif yang paling besar, akan tetapi pada dimensi *Emphaty*, *Responsiveness* dan *Assurance* juga memiliki nilai negatif yang tidak terpaut jauh dari nilai dimensi *Reliability*. Artinya sebagian besar pelayanan yang dilakukan oleh pihak manajemen belum dirasakan cukup oleh konsumen sehingga sangat perlu dilakukan upaya peningkatan kualitas.

e. Penghitungan Nilai Servqual (Gap) Keseluruhan antara Persepsi dan Harapan Konsumen

Berdasarkan hasil perhitungan *gap* secara keseluruhan (*Tangibels*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty*) menunjukkan bahwa nilai *gap* yang dihasilkan adalah negatif sebesar -0,2130. Sehingga secara keseluruhan pelayanan di Bengkel PT. Arina Parama Jaya masih belum memenuhi harapan konsumen sehingga harus dilakukan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan konsumen di Bengkel PT. Arina Parama Jaya.