

ABSTRAK

Bengkel Motor merupakan sebuah sarana layanan untuk memperbaiki atau merawat kendaraan bermotor. Ketidak sesuaian layanan bengkel dengan kriteria keinginan konsumen merupakan salah satu kendala dalam upaya meningkatkan kualitas layanan bengkel tersebut. Akibat dari layanan bengkel yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen, mengakibatkan konsumen tidak merasa puas terhadap layanan tersebut dan dapat mengakibatkan pelanggan beralih ke pelayanan lain yang sudah sesuai dengan kriteria konsumen.

Dalam penelitian ini membahas tentang usulan kualitas layanan Bengkel Mutiara motor, dalam usulan ini juga membahas analisa layanan bengkel yang berkualitas sesuai dengan atribut keinginan konsumen dan sesuai dengan pengkategorian Model Kano. Metode yang digunakan dalam Usulan bengkel Mutiara Motor menggunakan metode pengkategorian Model Kano dan QFD (*Quality Function Deployment*). Untuk data QFD menggunakan penyebaran kuisioner pendahuluan untuk mencari atribut keinginan konsumen dan selanjutnya, kemudian dilakukan penyebaran kuisioner kedua yaitu kuisioner Model Kano untuk mengetahui pengkategorian serta penyebaran kuisioner untuk mengetahui kepuasan dan kepentingan bengkel dan pesaing. Untuk data penyebaran kuisioner dilakukan penyebaran sebanyak 80 dari konsumen maupun pelanggan.

Berdasarkan pengolahan data kuisioner dengan bantuan Metode Kano dan metode QFD (*Quality Function Deployment*) maka didapatkan kebutuhan yang diinginkan konsumen berdasarkan urutan raw weight konsumen dari yang terakhir sampai yang pertama harga service sesuai pasaran (0,08), service cepat dan akurat (0,13) dan seterusnya serta urutan pengkategorian Model Kano yang urutannya pegawai yang cekatan (attractive), kelengkapan alat bengkel yang memadai (attractive), spare part lengkap (attractive), mekanik yang handal (must be), service cepat dan akurat (must be), tersedia toilet (must be), harga service sesuai pasaran (must be), tersedia garansi service (must be), tempat tunggu yang nyaman (one dimensional), tersedia wifi (one dimensional) lokasi yang strategis (indifferent) bonus service gratis (indifferent) .

Kata Kunci : *Model kano, Pengkategorian, Usulan Layanan, QFD, Bengkel*

ABSTRACT

Motorbike Workshop is a service facility for repairing or maintaining motorized vehicles. Mismatch service workshop with consumer characteristic desires is one obstacle in an effort to improve the service quality of the workshop. As a result of service shops which are not in accordance with the wishes of consumers, resulting in consumers not feeling satisfied with the service and it can lead customers to switch to other services which are in accordance with the criteria of consumers.

In this study discusses about the proposed quality service of the Mutiara Motor Workshop, in this proposal also discusses about the quality of service workshop analysis in accordance with the attributes of consumer desires and in accordance with the Kano Model categorization. The method used in the proposed workshop of Pearl Motor uses the method of categorizing Kano Model and QFD (Quality Function Deployment). For QFD data, use a preliminary questionnaire to find consumer desires attributes, and then the second questionnaire was disseminated, namely the Kano Model questionnaire to find out categorization and questionnaires to find out the satisfaction and interests of the workshop and competitors. For questionnaire dissemination data carried out as many as 80 distributions from consumers and customers.

Based on data processing questionnaire with Kano method and QFD (Quality Function Deployment) method, we get the desired demand of consumer based on the consumer raw weight sequence from the last until the first service price according to the market (0,08), fast and accurate service (0, 13)

and so on as well as the Kano Model categorization sequence in which the employees are deft (attractive), complete workshop equipment (attractive), complete spare parts (attractive), reliable mechanics (must be), fast and accurate service (must be), available toilet (must be), service price according to the market (must be), guarantee available service (must be), comfortable waiting place (one dimensional), available wifi (one dimensional), strategic location (indifferent) free service bonus (indifferent) .

Keywords: kano model, Categorization, Service Proposal, QFD, Workshop