

Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan *Service Quality* dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus : Bengkel Motor XYZ)

Mohammad Shohib Tri Pambudi^{1✉}, Dzakiyah Widyaningrum²

^{1,2} Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik, Indonesia

Informasi Artikel

Riwayat Artikel

Diserahkan : 05-07-2023

Direvisi : 13-07-2023

Diterima : 16-07-2023

Kata Kunci:

Pengendalian Kualitas;
Kepuasan Pelanggan;
Tingkat Kepuasan; Tingkat
Harapan, *Servqual*.

Keywords :

Quality Control; Customer Satisfaction; Satisfaction Level; Expectation Level, Servqual.

Corresponding Author :

Mohammad Shohib Tri Pambudi
Prodi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik
Jl. Sumatra 101, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121
Email: mshohib878@gmail.com

ABSTRAK

Dalam dunia usaha, salah satu aspek pendukung dalam menjalankan perusahaan adalah kualitas pelayanan. Bengkel Motor XYZ adalah perusahaan yang menyediakan layanan perawatan maupun perbaikan kendaraan bermotor yang berada di Kota Gresik. Semakin hari semakin banyak bermunculan bengkel motor atau pesaing sejenis yang mengakibatkan jumlah pelanggan semakin menurun. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan agar pihak bengkel dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Studi ini dilakukan dengan menggunakan metodologi *servqual*. Jumlah sampel pada penelitian ini sejumlah 80 orang diambil dari pelanggan yang pernah menggunakan jasa perbaikan pada Bengkel Motor XYZ. Berdasarkan temuan penelitian ini, kesenjangan gap tertinggi hingga terkecil yaitu *responsiveness* sebesar -0.4594, *assurance* sebesar -0.4300, *reliability* sebesar -0.3875, *tangibles* sebesar -0.3350, dan *emphaty* sebesar -0.3250. Diketahui dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh dengan memiliki nilai *gap* terbesar yaitu *responsiveness*.

ABSTRACT

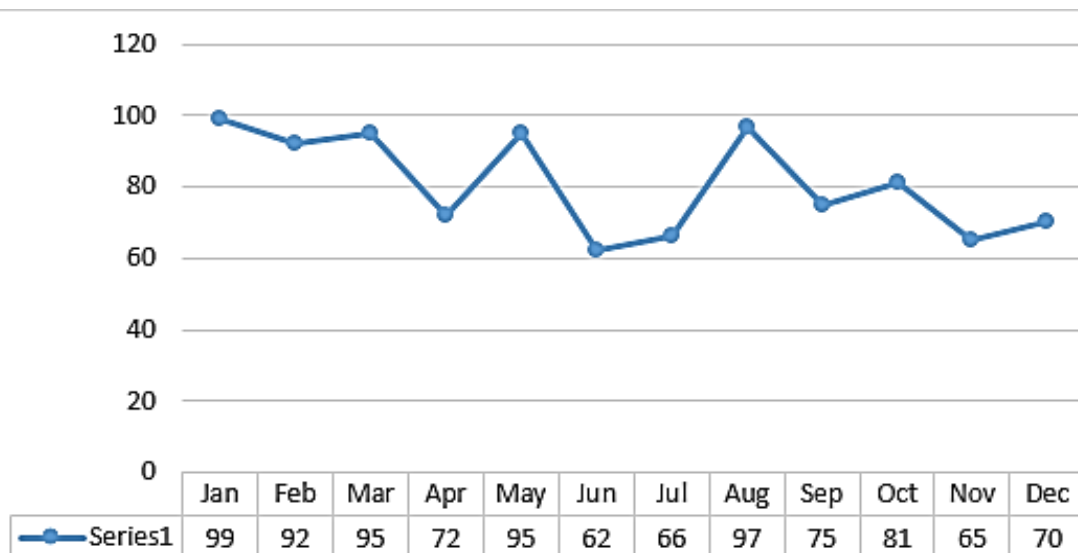
*In the business world, one of the supporting aspects in running a company is service quality. XYZ Motorcycle Workshop is a company that provides maintenance and repair services for motor vehicles located in Gresik City. More and more motorbike repair shops or similar competitors are popping up every day which results in a decreasing number of customers. The purpose of this research was conducted to determine and evaluate the overall level of customer satisfaction so that the repair shop can survive in increasingly fierce business competition. This study was conducted using the methodology *servqual*. The number of samples in this study were 80 people taken from customers who had used repair services at the XYZ Motorcycle Workshop. Based on the findings of this study, the highest gap to the smallest gap is *responsiveness* of -0.4594, *assurance* as big -0.4300, *reliability* as big -0.3875, *tangible* as big -0.3350, and *emphaty* of -0.3250. It is known that the most influential dimension of service quality has value gap biggest *responsiveness*.*

PENDAHULUAN

Setiap sektor usaha membutuhkan layanan yang berkualitas guna dapat bersaing dengan pelaku bisnis lain yang sebanding, setiap penyedia layanan harus mampu memberikan layanan terbaik dan memuaskan pelanggannya (Putro, 2014). Saat ini dianggap bahwa memberikan pelayanan yang baik, yang mengarah pada kepuasan pelanggan, merupakan faktor terpenting dalam memenangkan persaingan bisnis (Milala & Fakhri, 2022). Ketika seorang pelanggan mendapatkan hasil yang dapat diterima sehubungan dengan apa yang mereka inginkan, maka pelanggan tersebut akan merasa senang atau terpuaskan. Konsumen yang senang beserta sebuah produk atau jasa lebih cenderung untuk merekomendasikannya kepada orang lainnya (Sebayang & Situmorang, 2019).

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi keberhasilan perusahaan dalam bisnis jasa. Menurut (Zikri & Harahap, 2022) konsumen akan merasa senang jika hasil yang diperoleh atau dirasakan sesuai atau melebihi harapannya. (Telagawathi & Yulianthini, 2020) Konsumen yang puas menciptakan hubungan dengan konsumen serta menjadi bisnis dengan memiliki reputasi baik. Konsumen yang puas bisa melakukan penyebaran kata positif melalui mulut ke mulut tentang perusahaan. Penyedia jasa harus mengutamakan kualitas pelayanan jika ingin konsumennya puas dengan pelayanan yang diperolehnya. Kualitas layanan yang berorientasi pada pelanggan merupakan prasyarat utama untuk keberhasilan perusahaan dalam industri jasa (Indrasari, 2019).

Kepuasan pelanggan sangatlah berperan untuk perusahaan jasa dikarenakan merepresentasikan kapasitas perusahaan untuk melakukan pemenuhan yang diharapkan konsumen perusahaan (Putriani & Dharmawan, 2020). Begitu halnya dengan bengkel XYZ sebagai salah satu perusahaan yang menyediakan layanan perawatan maupun perbaikan kendaraan bermotor. Bengkel Motor ini adalah salah satu bengkel motor di Kota Gresik dengan didirikan dari tahun 2017 dengan berfokus pada sektor layanan *service* motor. Dalam menjalankan usahanya saat ini, kondisi bengkel terlihat bahwa pengunjungnya tidak menentu dan cenderung sepi. Salah satu hal yang mempengaruhi jumlah pelanggan adalah kepuasan konsumen (Dwiana Putri & Astuti, 2017). Setelah mendengarkan keluhan dari beberapa konsumen, diketahui bahwa konsumen kurang puas atas kualitas dan fasilitas bengkel. Selain itu jumlah pelanggan bengkel makin tiap bulan cenderung menurun. Gambar 1 merupakan jumlah pelanggan tahun 2022.



Sumber : Bengkel motor XYZ

Gambar 1. Grafik Pengunjung Bengkel XYZ

Berdasarkan gambar 1 diketahui terjadi tren yang berfluktuatif dan cenderung terjadi penurunan jumlah pelanggan pada tahun 2022 dari bulan Januari hingga bulan Desember. Berdasarkan data tersebut perlu dilakukan evaluasi terkait keinginan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan atas kualitas jasa yang diberikan pihak bengkel.

Pendekatan Kualitas Layanan adalah salah satu opsi yang tersedia untuk mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan (Lubis & Andayani, 2017). Kemampuan guna menangkap subjektivitas yang ada dalam pengumpulan data dari kuesioner merupakan salah satu kelebihan dari penggunaan metode ini. Keunggulan lainnya adalah kemampuan untuk mengetahui sejumlah variabel yang haruslah diberi perhatian guna terus dilakukan peningkatan sesuai dengan nilai kepuasan pelanggan potensial, yang memungkinkan bisnis untuk menentukan fasilitas apa saja yang tersedia. hanya yang dinilai signifikan juga berdampak pada tingkat kesenangan klien terhadap layanan yang diberikan oleh bengkel (Pahleviannur et al., 2022). Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Alfarisyi & Andesta, 2022; Hadining, 2020; Sinnun, 2017) bahwasanya metode *service quality* dapat digunakan untuk mengetahui aspek-aspek yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas serta bisa mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan keseluruhan, kemudian penelitian ini dilakukan dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan *Service Quality* Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan” dengan tujuan untuk mengetahui besaran nilai gap yang terjadi pada tiap indikator serta untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Peserta survei ini adalah pelanggan Bengkel Sepeda Motor XYZ sebelumnya yang telah memanfaatkan jasa usaha tersebut untuk merawat kendaraan bermotornya. Dalam suatu pengukuran selalu membutuhkan atribut sampel. Metode yang dikenal sebagai sampling atribut adalah salah satu di mana hanya sebagian dari populasi yang diambil sampelnya. Perhitungan Bernoulli tentang ukuran sampel minimal digunakan di sini untuk menghitung jumlah sampel kualitas penelitian (Nugraha et al., 2019).

$$N \geq \frac{z^2 \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) p \cdot q}{e^2} \quad (1)$$

Keterangan :

- N = Jumlah sampel minimum
- Z = Nilai distribusi normal
- α = Tingkat signifikansi (0.95)
- e = Tingkat kesalahan (0.05)
- p = Proporsi jumlah kuesioner yang dianggap benar
- q = Proporsi jumlah kuesioner yang dianggap salah

Rumus berikut dapat menentukan jumlah sampel minimum, n, yang diperlukan untuk mencapai tingkat kepercayaan 95% dengan menggunakan nilai kesalahan 5% dan tingkat signifikansi 95% (dari tabel nilai F Z (0,95/2) = 1,96).

$$N \geq \frac{1.96^2 \times 0.95 \times 0.05}{0.05^2}$$

$$N \geq \frac{1.96^2 \times 0.95 \times 0.05}{0.05^2} = 72.99 \approx 73$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan sebelumnya, jumlah sampel penelitian yang harus dikumpulkan minimal sejumlah 73 responden. Dalam penelitian ini, penelitian dilaksanakan terhadap total 80 responden dengan tujuan untuk mengantisipasi apabila terdapat jawaban responden yang tidak valid ataupun tidak reliabel. Setiap responden diminta untuk mengisi formulir yang dilengkapi dengan kuesioner yang dirancang untuk mengevaluasi tingkat harapan serta tingkat kepuasan untuk keperluan pengumpulan data layanan (Alamsyah & Dahda, 2022). Untuk melengkapi kuesioner, responden diminta untuk memberikan nilai skala pada berbagai aspek layanan berdasarkan perasaan mereka secara pribadi tentang atribut tersebut. Skala

yang digunakan adalah dari 1 sampai 5, dan tabel 1 berisi tingkatan skala yang harus digunakan saat mengisi kuesioner (Nurmalasari, 2014).

Tabel 11. Skala Likert

Pilihan jawaban	Skor
Sangat penting / puas (SP)	5
Penting/puas (P)	4
Cukup (C)	3
Tidak penting / puas (TP)	2
Sangat tidak penting / Puas (STP)	1

Sumber : Nurmalasari (2014)

Setelah penyebaran kuesioner, data yang dikumpulkan untuk pengolahan data dilanjutkan dengan uji validitas juga reliabilitas yang harus dilaksanakan guna memastikan bahwasanya kualitas data yang dikumpulkan sesuai kriteria (Alfarisyi & Andesta, 2022). Derajat kesesuaian antara data yang diperoleh beserta data sebenarnya dalam sumber data disebut dengan uji validitas. Jika alat pengumpul datanya sah, maka validitas data yang diperoleh memungkinkan dilakukannya pengolahan data (Wibowo & Muflihah, 2022). Uji validitas ini dilakukan dengan cara menghubungkan skor jawaban tiap item dengan skor keseluruhan semua item. Menurut kriteria statistik tertentu, temuan dan korelasi harus signifikan. Teknik Korelasi *Pearson Product Moment* digunakan untuk melakukan uji validitas yang dibantu dengan *software* SPSS dengan tingkat kepercayaan 95% dan tingkat akurasi 5%.

Setelah uji validitas, dilakukan uji reliabilitas. Uji ketergantungan adalah statistik yang menilai stabilitas dan konsistensi data yang dikumpulkan selama pengumpulan data (Anwarudin et al., 2020). Uji reliabilitas atau reliabilitas sering digunakan untuk menguji keterandalan dan konsistensi instrumen. *Cronbach's Alpha* adalah metode yang digunakan dalam uji reliabilitas penelitian ini. *Alpha Cronbach* dapat digunakan untuk mengukur tingkat ketergantungan data jika itu dalam bentuk rentang atau skala yang ditentukan menggunakan skala *Likert*. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60, maka variabel tersebut dianggap reliabel, semakin tinggi angka *Cronbach Alpha*, semakin dapat diandalkan data (Ono, 2020). Dalam penyelidikan ini, program SPSS digunakan untuk membantu pengujian reliabilitas.

Sepanjang seluruh proses persiapan kualitas layanan menggunakan metodologi *servqual*, perhatian diberikan pada keinginan dan kebutuhan pelanggan untuk tujuan melakukan tinjauan kinerja, layanan khusus ini menggunakan total lima dimensi terpisah, yaitu dimensi berwujud, responsif, reliabel, jaminan, dan empati. Masing-masing dimensi tersebut terdiri dari sejumlah indikator pertanyaan, dan jenis serta rentang indikator pertanyaan tersebut berubah tergantung pada ruang lingkup dimensi (Dewi, 2019). Dimensi berwujud mengacu pada bukti fisik yang dirasakan oleh konsumen, seperti fasilitas yang tersedia dan keadaan pribadi perusahaan, dan merupakan salah satu dari empat dimensi yang membentuk pengalaman pelanggan. Kemampuan kinerja perusahaan yang dapat bergantung pada apa yang disebut sebagai kemampuan kinerja perusahaan yang andal. Ketersediaan untuk membantu klien dan memberikan perhatian yang cukup kepada mereka inilah yang dimaksud dengan dimensi daya tanggap. Kapasitas untuk menanamkan rasa percaya diri dan keamanan pada klien adalah apa yang kami maksud ketika kami berbicara tentang komponen jaminan (Telagawathi & Yulianthini, 2020).

Objek pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan Bengkel Motor XYZ dengan menggunakan lima dimensi *servqual* melalui 25 *statement* yang tiap dimensinya didapat dari sumber yang berbeda. *Service quality* terdiri atas 5 (lima) dimensi atau variabel (*tangible, empathy, responsiveness, reliability, dan assurance*) (Mariska & Shihab, 2016). Dimensi *tangibles* didapat dari penelitian yang dilakukan oleh Harto (2015) (Harto et al., 2015), dimensi *reliability* didapat dari penelitian yang dilakukan oleh Handayani (2021) (Handayani, 2021), dimensi *responsiveness* bersumber dari penelitian Purwaningdiah, dkk (2020) (Purwaningdiah & Monica, 2020), dimensi *assurance* bersumber dari penelitian Syihabuddin, (2018) (AHMAD SYIHABUDDIN ZANKIE, 2018) dan dimensi *empathy* didapatkan dari penelitian yang dilakukan Pranata, dkk (2019)

(Pranata et al., 2019). Penyusunan kuesioner ini dilakukan dengan persetujuan dari perusahaan. Tabel 3 merupakan kuesioner penelitian.

Tabel 2. Tabel Atribut Kuesioner *Servqual*

No	Kode	Variabel	Dimensi	Indikator pernyataan <i>servqual</i>
1.	A1.	Kualitas pelayanan	<i>Tangible</i>	Fasilitas pemesinan yang memadai
2.	A2.			Berseragam sopan dan rapi
3.	A3.			Dapat melayani dimanapun
4.	A4.			Memiliki kantor pelayanan strategis
5.	A5.			Lingkungan kantor rapi dan bersih
6.	B1.	Kualitas Pelayanan	<i>Reliability</i>	Ketepatan dalam memenuhi janji
7.	B2.			Standar pelayanan cepat dan tepat waktu
8.	B3.			Karyawan tanggap dalam membantu pelanggan
9.	B4.			Karyawan ahli dalam perbaikan
10.	B5.			Perusahaan memiliki pencatatan yang akurat
11.	C1.	Kualitas Pelayanan	<i>Responsiveness</i>	Disiplin jam kerja
12.	C2.			Penjelasan rinci terkait perbaikan, biaya, estimasi waktu
13.	C3.			Memenuhi permintaan khusus dari pelanggan
14.	C4.			Ketersediaan karyawan yang diperlukan untuk melakukan perbaikan
15.	D1.	Kualitas Pelayanan	<i>Assurance</i>	Ketersediaan jaminan garansi
16.	D2.			memberikan penjelasan informasi secara akurat
17.	D3.			Karyawan menguasai spesifikasi alat
18.	D4.			Karyawan konsisten dalam bersikap (ramah, sopan, tanggap)
19.	D5.			Kemudahan proses pembayaran
20.	E1.	Kualitas Pelayanan	<i>Empathy</i>	Karyawan memberikan pelayanan secara perorangan kepada pelanggan
21.	E2.			Karyawan memberikan perhatian secara pribadi terhadap harapan pelanggan
22.	E3.			Karyawan memberikan masukan/pengertian tentang masalah yang dihadapi pelanggan.
23.	E4.			Karyawan memahami kebutuhan/keinginan pelanggan
24.	E5.			Karyawan mengutamakan harapan pelanggan
25.	E6.			Pelayanan yang adil

Sumber : (Syihabuddin, 2018; Handayani, 2021; Harto et al., 2015; Prananda et al., 2019; Purwaningdiah & Monica, 2020)

Metode *Servqual* digunakan untuk menentukan kesenjangan/selisih antara kepuasan yang diterima dengan harapan yang diinginkan pelanggan (Yulistyari et al., 2019). Berikut merupakan rumus rata-rata untuk menghitung nilai *servqual* (Diana, 2015):

$$\bar{Y}_i = \frac{(5*\sum SP) + (4*\sum P) + (3*\sum C) + (2*\sum TP) + (2*\sum STP)}{n} \quad (2)$$

Keterangan :

\bar{Y}_i = Rata rata jawaban variabel ke-i

$\sum ST$ = Jumlah responden yang menjawab Sangat Puas/Penting

$\sum P$ = Jumlah responden yang menjawab Puas/Penting

$\sum C$ = Jumlah responden yang menjawab Cukup

$\sum TP$ = Jumlah responden yang menjawab Tidak Penting/Puas

$\sum STP$ = Jumlah responden yang menjawab Sangat Tidak Penting/Puas

Setelah diketahui nilai rata-rata tiap variabel, selanjutnya dilakukan perhitungan gap *servqual* (Yulistyari et al., 2019).

$$\text{Gap } \textit{Servqual} = \bar{Y}_{\text{kenyataan}}(X1.1) - \bar{Y}_{\text{harapan}}(X1.1) \quad (3)$$

Jika kesenjangan atau gap adalah nol (*minus satisfaction want*), maka pelayanan dapat dikatakan dapat diterima; Namun jika kesenjangan atau gap tersebut negatif, maka kualitas pelayanan tersebut tidak memuaskan dan tidak berkualitas. Jika gap atau gap tersebut bernilai positif, maka pelayanan tersebut dapat dikatakan berkualitas (Yulistyari et al., 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Atribut penelitian yang digunakan pada Bengkel Motor XYZ diambil dari beberapa penelitian terdahulu yang disusun oleh beberapa sumber. Kualitas penelitian didiskusikan terlebih dahulu dengan pihak perusahaan untuk memastikan kesesuaiannya dengan kondisi lapangan dan keadaan sebenarnya yang dapat digunakan sebagai acuan dalam pembuatan kuesioner yang akan diberikan kepada konsumen. Atribut-atribut penelitian ditentukan dari faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi kualitas pelayanan Bengkel Motor XYZ. Untuk mendapatkan data, kuesioner disebar kepada 80 responden, jumlah responden tersebut diketahui berdasarkan perhitungan uji kecukupan data dengan rumus bernoulli. Diketahui bahwa responden didominasi oleh laki-laki dengan persentase sebesar 82.5% dibandingkan responden perempuan dengan persentase sebesar 17.5%, selain itu umur responden didominasi oleh pelanggan dengan usia lebih dari 40 tahun dengan total responden sebesar 37.5%, selanjutnya responden dengan usia 36-40 dengan total persentase sebesar 22.5%, responden usia 20-25 tahun sebanyak 12 orang, responden usia 31-35 tahun sebanyak 12 orang, dan responden dengan usia 26-30 tahun sebanyak 8 orang. Setelah dilakukannya penyebaran data, tahap selanjutnya yaitu dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Uji Validitas

Dalam melakukan penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner berdasarkan skala *Likert*, diperlukan penilaian validitas untuk menentukan kebenaran data. Uji validitas dinyatakan valid jika hasil uji *r*-hitung lebih besar dari nilai standar. Pelanggan diberikan hingga 80 survei. Setelah penyebaran kuesioner, validitas dievaluasi dengan membandingkan *r*-tabel dengan *r*-hitung. Dengan signifikansi 5%, nilai kestabilan ditentukan dari tabel *r* product moment. Dengan jumlah responden 80 orang diperoleh nilai *r*-tabel sebesar 0,2199 yang diperoleh $df = 78$ ($df = n - 2$). Jika *r*-hitung melebihi *r*-tabel, dapat diasumsikan bahwa item kerahasiaan kuesioner sah. Jika tidak, kuesioner harus dikirim lagi sampai diperoleh data yang valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan software SPSS. Tabel 5 menunjukkan hasil uji validitas untuk tingkat kepuasan dan antisipasi.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan dan Tingkat Harapan

Pernyataan	r hitung		r table
	Tingkat kepuasan	Tingkat harapan	
1	0.3526	0.2243	0.2199
2	0.4374	0.8906	0.2199
3	0.4095	0.9033	0.2199
4	0.5705	0.8790	0.2199
5	0.4145	0.8455	0.2199
6	0.3936	0.8988	0.2199
7	0.4996	0.9033	0.2199
8	0.5705	0.8878	0.2199
9	0.4152	0.8845	0.2199
10	0.5705	0.9033	0.2199
11	0.4342	0.4567	0.2199
12	0.5093	0.4567	0.2199
13	0.4654	0.4567	0.2199
14	0.3480	0.4567	0.2199
15	0.4994	0.3364	0.2199
16	0.5705	0.4168	0.2199
17	0.4734	0.9033	0.2199
18	0.4312	0.9033	0.2199

Pernyataan	r hitung		r table
	Tingkat kepuasan	Tingkat harapan	
19	0.4105	0.3364	0.2199
20	0.5705	0.9033	0.2199
21	0.5277	0.9033	0.2199
22	0.4249	0.3364	0.2199
23	0.3705	0.2255	0.2199
24	0.3705	0.2255	0.2199
25	0.5668	0.3110	0.2199

Sumber : Olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 3 menjelaskan bahwa seluruh nilai r-hitung pada penelitian ini memiliki nilai lebih dari r-tabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua data dinyatakan Valid dan setiap pernyataan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut

Uji Reliabilitas

Untuk melakukan uji reliabilitas penelitian ini akan digunakan rumus *Cronbach Alpha* yang akan dihitung dengan bantuan program SPSS. Tabel 6 menampilkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan SPSS.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Jumlah data	<i>Cronbach alpha</i>		Keterangan
	Tingkat kepuasan	Tingkat harapan	
25	0.849	0.940	Reliabel

Sumber : Olah data primer, 2023

Hasil penelitian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas kepuasan pelanggan sebesar 0,849, dan nilai reliabilitas tingkat harapan sebesar 0,940. Dapat ditarik kesimpulan bahwa semua karakteristik memiliki koefisien *Alpha* yang cukup tinggi, yang didefinisikan sebagai nilai lebih dari 0,600. Karena itu, dimungkinkan untuk menegaskan bahwa semua konsep pengukuran untuk setiap item pada kuesioner dapat dipercaya. Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diandalkan dan dapat dipercaya.

Pengolahan Data *Servqual*

Nilai bobot kuesioner dikalikan dengan jawaban yang ditentukan untuk setiap karakteristik kuesioner. Tanggapan ini mencerminkan harapan dan realitas responden. *Servqual* dinilai menggunakan rumus ini. Menghitung *servqual* dimulai dengan menentukan nilai total kuesioner tingkat realitas dan kuesioner tingkat harapan. Selanjutnya ditentukan nilai *servqual* gap dengan menghitung rata-rata dari masing-masing indikasi. Skor keseluruhan untuk kuesioner ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Rekapitulasi Total Nilai Kuesioner

No.	Kode	Dimensi	Nilai	
			Kepuasan	Harapan
1	A1.	<i>Tangible</i>	282	305
2	A2.		284	318
3	A3.		292	320
4	A4.		298	318
5	A5.		288	317
6	B1.	<i>Reliability</i>	280	319
7	B2.		277	320
8	B3.		298	318
9	B4.		286	317
10	B5.		298	320
11	C1.	<i>Responsiveness</i>	287	322
12	C2.		289	322
13	C3.		285	322
14	C4.		280	322

No.	Kode	Dimensi	Nilai	
			Kepuasan	Harapan
15	D1.	Assurance	268	313
16	D2.		298	334
17	D3.		281	320
18	D4.		287	320
19	D5.		294	313
20	E1.	Empathy	298	320
21	E2.		282	320
22	E3.		292	313
23	E4.		303	327
24	E5.		303	327
25	E6.		289	316

Sumber : Olah data primer, 2023

Setelah menentukan nilai total untuk kuesioner tingkat kepuasan dan kuesioner tingkat harapan, langkah selanjutnya adalah menghitung kesenjangan antara kedua hasil tersebut. Pengolahan data kuesioner memberikan gambaran tentang kesenjangan yang muncul pada sisi pelanggan (*customer gaps*), yaitu antara tingkat kenyataan dan tingkat harapan. Ini dicapai dengan membandingkan tingkat realitas dan harapan. Untuk menentukan besarnya kesenjangan ini, Anda perlu menghitung nilai rata-rata selisih antara tingkat ekspektasi dan tingkat aktualitas untuk setiap karakteristik yang terkait dengan tuntutan tersebut. Nilai *servqual gap* dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Perhitungan Nilai Gap

Code	Nilai mean		Gap servqual
	Tingkat harapan	Tingkat kepuasan	
A1.	3.8125	3.5250	-0.2875
A2.	3.9750	3.5500	-0.4250
A3.	4.0000	3.6500	-0.3500
A4.	3.9750	3.7250	-0.2500
A5.	3.9625	3.6000	-0.3625
B1.	3.9875	3.5000	-0.4875
B2.	4.0000	3.4625	-0.5375
B3.	3.9750	3.7250	-0.2500
B4.	3.9625	3.5750	-0.3875
B5.	4.0000	3.7250	-0.2750
C1.	4.0250	3.5875	-0.4375
C2.	4.0250	3.6125	-0.4125
C3.	4.0250	3.5625	-0.4625
C4.	4.0250	3.5000	-0.5250
D1.	3.9125	3.3500	-0.5625
D2.	4.1750	3.7250	-0.4500
D3.	4.0000	3.5125	-0.4875
D4.	4.0000	3.5875	-0.4125
D5.	3.9125	3.6750	-0.2375
E1.	4.0000	3.7250	-0.2750
E2.	4.0000	3.5250	-0.4750
E3.	3.9125	3.6500	-0.2625
E4.	4.0875	3.7875	-0.3000
E5.	4.0875	3.7875	-0.3000
E6.	3.9500	3.6125	-0.3375

Sumber : Olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 6, semua indikator pertanyaan menunjukkan nilai gap negatif yang menunjukkan adanya konflik antara harapan pelanggan dan kepuasan pelanggan, dalam artian konsumen kurang senang dengan pelayanan yang ditawarkan oleh pihak Bengkel Motor XYZ.

Pembahasan

Analisis *Service Quality*

Penelitian ini dilakukan kepada bengkel motor xyz dengan objek penelitian yaitu pengunjung yang pernah mempergunakan jasa *service* kendaraan bermotor pada bengkel tersebut. Jumlah responden dalam penelitian ini didasari pada uji kecukupan dengan rumus bernoulli yang didapatkan minimal responden sebanyak 73 orang, pada penelitian ini dipergunakan responden sejumlah 80 orang. Indikator-indikator pertanyaan pada dimensi *servqual* didasari pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, Dimensi *tangibles* diperoleh melalui penelitian yang dilaksanakan atas (Harto et al., 2015) dimensi *reliability* diperoleh melalui penelitian yang dilaksanakan atas (Handayani, 2021), dimensi *responsiveness* bersumber dari penelitian (Purwaningdiah & Monica, 2020), dimensi *assurance* bersumber dari penelitian (AHMAD SYIHABUDDIN ZANKIE, 2018), dan dimensi *empathy* didapatkan dari penelitian yang dilakukan (Pranata et al., 2019). Penyusunan kuesioner ini dilakukan dengan persetujuan dari pihak bengkel dengan total sebanyak 25 pertanyaan. Setelah dilakukannya pengumpulan data selanjutnya dilaksanakan pengujian validitas juga reliabilitas. Pengujian validitas dilaksanakan berdasarkan rumus *Person Product Moment* dan untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan rumus *cronbach alpha*. Berdasarkan olah data hasil uji validitas bisa dikatakan dinyatakan bahwasanya semua indikator pertanyaan valid dikarenakan mempunyai nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, seperti halnya pada uji reliabilitas pada kuesioner tingkat kepuasan dan tingkat harapan mempunyai nilai *cronbach alpha* melebihi 0.60 jadi bisa dikatakan bahwasanya data tersebut reliabel.

Pengolahan data *servqual* dilakukan untuk mengetahui terjadinya *gap* antara kepuasan juga harapan konsumen, apabila pemberian layanan atas pihak bengkel tidak sesuai harapan pelanggan, maka akan terjadi kesenjangan antara kepuasan dan harapan, hal tersebut dapat memicu terjadinya *gap* terkait kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini diketahui bahwa seluruh indikator *service quality* mempunyai nilai *gap* negatif, perihal itu memperlihatkan terjadinya ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan bengkel. Berdasarkan olah data *servqual* diketahui bahwa urutan *gap* dari terbesar dari terkecil yaitu *responsiveness* sebesar -0.4594, *assurance* sebesar -0.4300, *reliability* sebesar -0.3875, *tangibles* sebesar -0.3350, dan *empathy* sebesar -0.3250. Diketahui dimensi kualitas pelayanan yang memiliki nilai *gap* terbesar yaitu *responsiveness*, pada dimensi ini terdapat beberapa indikator diantaranya yaitu disiplin jam kerja; penjelasan rinci terkait perbaikan, biaya, estimasi waktu; Memenuhi permintaan khusus dari pelanggan; Ketersediaan karyawan yang diperlukan untuk melakukan perbaikan. Maka diharapkan pihak bengkel dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang terdapat dalam dimensi *responsiveness*. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Alfarisyi & Andesta, 2022; Hadining, 2020; Putri & Purbohastuti, 2019; Sinnun, 2017; Ulkhaq & Br. Barus, 2017) bahwasanya metode *service quality* dapat digunakan untuk mengetahui aspek-aspek yang menyebabkan pelanggan merasa tidak puas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data tentang kualitas pelayanan, maka dapat disimpulkan bahwa urutan *gap* kualitas pelayanan dari yang terbesar hingga terkecil yaitu *responsiveness* sebesar -0.4594, *assurance* sebesar -0.4300, *reliability* sebesar -0.3875, *tangibles* sebesar -0.3350, dan *empathy* sebesar -0.3250. Diketahui dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh dengan memiliki nilai *gap* terbesar yaitu *responsiveness*, pada dimensi ini terdapat beberapa indikator diantaranya yaitu : disiplin jam kerja; penjelasan rinci terkait perbaikan, biaya, estimasi waktu; Memenuhi permintaan khusus dari pelanggan; Ketersediaan karyawan yang diperlukan untuk melakukan perbaikan.

Saran

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengintegrasikan metode *Servqual* dengan metode lain agar mendapat hasil yang objektif dalam strategi meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pihak bengkel dapat memenangkan persaingan bisnis terhadap pelaku usaha sejenis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam seluruh penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Ahmad Syihabuddin Zankie. (2018). *Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Metode Service Quality (Servqual) Dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus Pada Maraville Coffee)*. Universitas Islam Indonesia.
- Alamsyah, A. T., & Dahda, S. S. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan My Rise Dengan Metode Service Quality Dan Improvement Gap Analysis. *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 2(2), 253. <https://doi.org/10.30587/justicb.v2i2.3666>
- Alfarisyi, S., & Andesta, D. (2022). Analisis Perbaikan Servqual Menggunakan Metode IPA dan CSI di J&T Express Gresik. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 19(2), 186–194.
- Anwarudin, A., Fadlil, A., & Yudhana, A. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Infomasi Akademik SIMAK dengan Pendekatan e-Servqual Gap. *Elektronika Kendali Telekomunikasi Tenaga Listrik Komputer (RESISTOR)*, 5(1), 85–96. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/resistor/article/view/12638>
- Dewi, S. K. (2019). Service Quality Assessment using Servqual and Kano Models. *Jurnal Teknik Industri*, 20(1), 94–104. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol20.no1.94-104>
- Diana, D. (2015). Penerapan Metode E-Servqual Untuk Evaluasi Kualitas Layanan Sistem Informasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 17(1), 43–52.
- Dwiana Putri, A., & Astuti, R. T. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Blends Pasta & Chocolate Cabang Unika Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Hadining, A. F. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi). *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.14710/jati.15.1.1-10>
- Handayani, N. A. (2021). *Analisis Pembelajaran IPA Secara Daring pada Masa Pendahuluan*. 9(2), 217–233. <https://doi.org/10.24815/jpsi.v9i2.19033>
- Harto, B., Jurusan, D., Informasi, S., Quality, S., & Servqual, F. (2015). *FUZZY SERVQUAL DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN (Studi Kasus Di Bengkel Resmi BAJAJ Padang) Abstrak*. 3(1).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. [http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN.pdf)
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Sucofindo Batam. *Journal of Business Administration*, 1(1), 1–11.
- Mariska, Z., & Shihab, M. (2016). Pengaruh Dimensi Service Quality Terhadap Kepuasan Tamu Hotel dan Dampaknya Terhadap Behaviour Intention (Studi Kasus Pada Hotel Aston Kuningan Suites-Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 14(2), 217–234.
- Milala, B. J. S., & Fakhri, M. (2022). Analisis pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada objek wisata puncak gundaling di Kabupaten Karo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1360–1367. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2417>

- Nugraha, A. E., Kusnadi, K., & Dampang, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Lahan Parkir terhadap Kepuasan Civitas Kampus. *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 12(1), 52–58. <https://doi.org/10.30813/jiems.v12i1.1536>
- Nurmalasari. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Akademi Kebidanan Aisyiyah Pontianak*. 2(2), 184–197.
- Ono, S. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61. <https://doi.org/10.37341/jkf.v5i1.167>
- Pahleviannur, M. R., Grave, A. De, Saputra, D. N., & Mardianto, D. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawat (ed.); Pertama, M). Pradina Pustaka.
- Pranata, M. N., Hartiati, A., & Sadyasmara, C. A. B. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk dan Pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri*, 7(4), 594. <https://doi.org/10.24843/jrma.2019.v07.i04.p11>
- Purwaningdiah, Y., & Monica, E. (2020). Analisa Gap Tingkat Kepuasan Pasien Dalam Pelayanan Obat Di Puskesmas Cipto Mulyo Kota Malang. *Jurnal Ilmiah SAINSBERTEK*, 1(1).
- Putri, S. I., & Purbohastuti, A. W. (2019). Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Pada Jasa Transportasi Commuter Line. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5(November), 134–139.
- Putriani, R., & Dharmawan, D. (2020). Dampak Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Hypermart Bencoolen Mall Bengkulu. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 21(3), 12–23. <https://doi.org/10.35137/jei.v21i3.492>
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/1404>
- Sebayang, S. K., & Situmorang, S. H. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Online di Kota Medan. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 220–235. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.86>
- Sinnun, A. (2017). Analisis Kepuasan Pengguna LMS Berbasis Web Dengan Metode Servqual, IPA dan CSI. *Jurnal Informatika*, 4(1), 146–154.
- Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Kepuasan Pelanggan Terhadap Citra Perusahaan Dan Switching Barrier Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Industri Jasa Asuransi Di Bali. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 59. <https://doi.org/10.23887/bjm.v6i1.24404>
- Ulkhag, M. M., & Br. Barus, M. P. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan SERVQUAL: Studi Kasus Layanan IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Regional 1 Sumatera. *Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri*, 1(2), 61. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v1i2.365>
- Wibowo, S., & Muflihah, N. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Di Sanjaya Fitnes Jombang. *Jurnal Penelitian Bidang Inovasi & Pengelolaan Industri*, 1(2), 61–68. <https://doi.org/10.33752/invantri.v1i2.2324>
- Yulistiyari, E. I., Umam, C., & Fachrozy, M. R. (2019). Analisis kualitas pelayanan bus pariwisata dengan metode service quality dan importance performance analysis. *Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 11(2), 144. <https://doi.org/10.22441/oe.v11.2.2019.024>
- Zikri, A., & Harahap, M. I. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.