

Peningkatan Kualitas Jasa Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan di CV. Agung Motor Cianjur dengan Menggunakan Model Servqual dan Metode *Quality Function Deployment (QFD)*

Okki Panggalih Nirwana¹ dan Ali Subhan²
Universitas Suryakencana^{1,2}

e-mail: okkinirwana323@gmail.com¹, alisubhan@unsur.ac.id²

ABSTRACT

Customer satisfaction is a person's feeling of happiness or disappointment that arises after comparing their perception/impression of the performance (or results) of a product and their expectations, CV. Agung Motor Cianjur which is located on Jl. Dr. Muwardi No. 175c, Bojongherang, Kec. Cianjur, Cianjur Regency, West Java. On July 17 2023 CV. Agung Motor Cianjur received complaints from several customers who carried out heavy service on their vehicles, as well as complaints received from customers regarding CV services. Agung Motor, Servqual measurements involve investigations through questionnaires which provide an overview of how customers assess each of these dimensions based on research results which state that the factors that must be improved are, the availability of facilities that are attractive, comfortable, clean and safe to use (such as drinking, Wifi, Toilets) with a gap value of -0.13, Knowledge, ability and skills of mechanics are good in serving customers with a gap value of -0.04, Availability of employees when customers need them with a gap value of -0.47, Mechanics notify customers if there are spare parts that need to be replaced with a gap value of -0.06 , Affordable repair costs with a gap value of -0.11, Dealer officers are able to provide explanations about the services provided with a gap value of -0.24, Dealer employees provide clear and easy to understand information for customers with a gap value of -0.13, and professional, friendly and responsive service in helping customer problems with a gap value of -0.33, because it has a negative value for the services provided, CV Agung Motor must immediately improve the service to improve the quality of the services provided.

Keywords: *QFD, Service Quality, Gaps*

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan harapannya, CV. Agung Motor Cianjur yang berlokasi di Jl. Dr. Muwardi No. 175c, Bojongherang, Kec. Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Pada tanggal 17 juli 2023 CV. Agung Motor Cianjur mendapatkan keluhan dari beberapa pelanggan yang melakukan service berat pada kendaraannya adapun keluhan yang di terima dari pelanggan terhadap jasa pelayanan CV. Agung Motor, Pengukuran servqual melibatkan penyelidikan melalui kuesioner yang memberikan gambaran tentang bagaimana pelanggan menilai setiap dimensi ini berdasarkan hasil penelitian menyebutkan bahwa Faktor yang harus di perbaiki yaitu, Tersedianya fasilitas yang menarik, nyaman, bersih serta aman untuk digunakan (seperti minum, Wifi, Toilet) dengan nilai gap -0.13, Pengetahuan, kemampuan dan kecakapan mekanik baik dalam melayani pelanggan dengan nilai gap -0.04, Ketersediaan pegawai pada saat pelanggan membutuhkan dengan nilai gap -0.47, Mekanik memberitahu pelanggan jika ada sparepart yang harus di ganti dengan nilai gap -0.06, Biaya Perbaikan yang terjangkau dengan nilai gap -0.11, Petugas dealer mampu memberikan penjelasan tentang layanan yang diberikan dengan nilai gap -0.24, Pegawai dealer memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti pelanggan dengan nilai gap -0.13, dan Pelayanan yang profesional, ramah dan tanggap dalam membantu permasalahan pelanggan dengan nilai gap -0.33, karena memiliki nilai negative terhadap pelayanan yang diberikan untuk itu CV Agung Motor harus segera memperbaiki pelayanan tersebut untuk meningkatkan kualitas jasa yang di berikan.

Kata Kunci: *QFD, Service Quality, Kesenjangan*

PENDAHULUAN

Pengukuran *servqual* melibatkan penyelidikan melalui kuesioner yang memberikan gambaran tentang bagaimana pelanggan menilai setiap dimensi ini. Hasilnya dapat membantu organisasi mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada mereka. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya [1].

Servqual sudah lama dikenalkan Parasuraman dan kemudian diperbarui dapat dikatakan bahwa metode yang digunakan dalam sebuah pengukuran kualitas layanan jasa. Dengan menggunakan metode *servqual* ini, agar lebih mudah untuk menghitung suatu gap (celah atau kesenjangan) dalam harapan pelanggan dengan kenyataan yang ada [2].

CV. Agung Motor merupakan sebuah dealer Honda yang menjual motor dan spare part, suku cadang, servis motor dan pencucian kendaraan. Konsumen yang melakukan service akan diberi pelayanan berupa cuci motor gratis sebagai sarana kepuasan pelanggan dengan harapan bisa datang kembali untuk melakukan service kendaraan. Terdapat keluhan yang dirasakan oleh pelanggan terhadap layanan service yang diberikan yaitu pengerjaan perbaikan yang cukup memakan waktu yang terlalu lama, dan terjadinya kerusakan kembali dalam jangka waktu 3 hari setelah melakukan perbaikan di bengkel.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan perusahaan dan mengetahui kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan maka penulis tertarik mengambil judul “peningkatan kualitas jasa pelayanan dan kepuasan pelanggan di CV Agung Motor Cianjur dengan menggunakan metode model *servqual* dan metode *quality function deployment* (QFD).

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Jasa

Menurut Kotler dalam Lupiyoadi “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun [3].

Kualitas pelayanan

Menurut [4] terdapat lima dimensi kualitas yang dapat digunakan untuk perencanaan strategis dan analisis, dimensi tersebut adalah:

- A. *Tangibles*
- B. *Reliability*
- C. *Responsiveness*
- D. *Assurance*
- E. *Empathy*

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan menurut Kotler adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya [1].

Service Quality (*Servqual*)

Metode *Servqual* adalah metode yang sering digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan. Pengukuran mutu untuk produk fisik tidak sama dengan industri jasa. Analisis diawali dengan sebuah kuesioner yang disebarkan kepada konsumen, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala (*likert*), yaitu apakah menurut pelanggan hal tersebut penting untuk dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik atau tidak baik.

Pengukuran *Servqual*

Skor *Servqual* = Skor Persepsi – Skor Harapan Pada prinsipnya, data yang diperoleh melalui instrumen

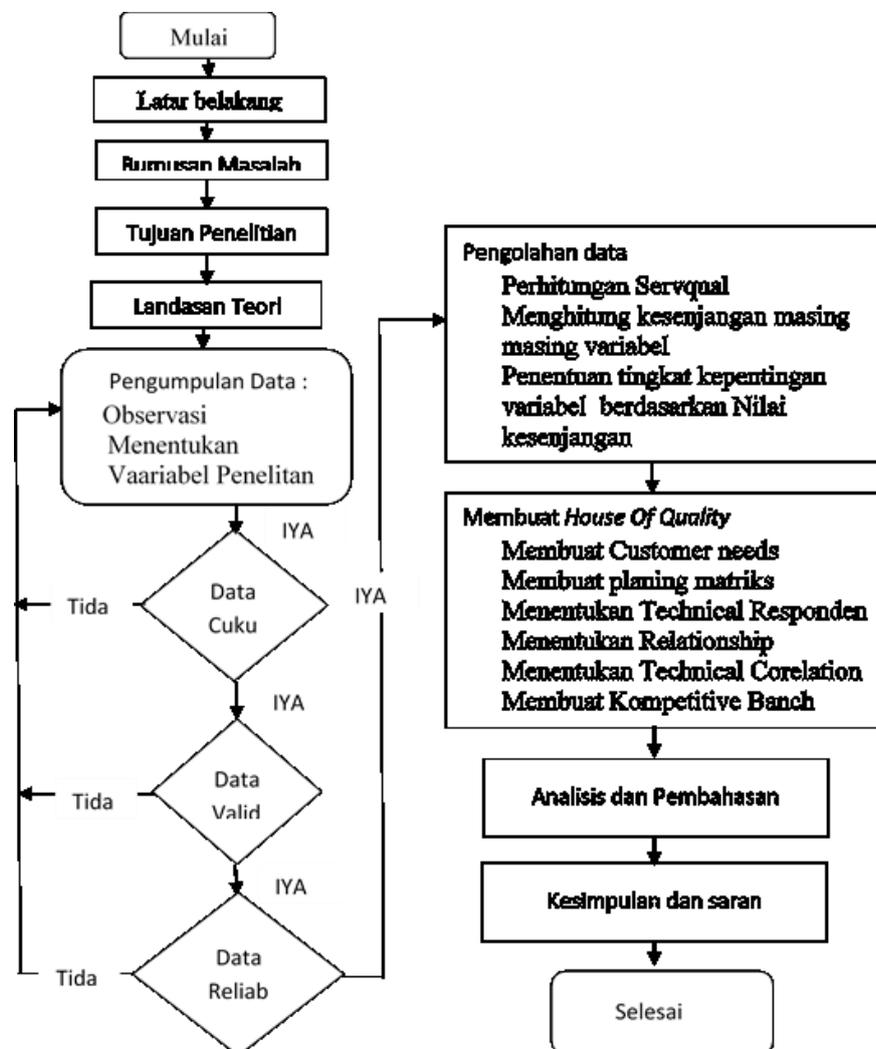
Servqual dapat dipergunakan untuk menghitung skor gap kualitas jasa pada berbagai level secara rinci:

- Item-by-item analysis, misalnya, P1 – H1, P2 – H2, dan seterusnya.
- Dimension-by-dimension analysis, misalnya, $(P1 + P2 + P3 + P4/4) - (H1 + H2 + H3 + H4/4)$, dimana P1 sampai P4 dan H1 sampai H4 mencerminkan empat pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.
- Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa atau gap Servqual, yaitu $(P1 + P2 + P3 + \dots + P22/22) - (H1 + H2 + H3 + \dots + H22/22)$.

Quality Function Deployment (QFD)

QFD menggunakan pendekatan sistematis guna menentukan keinginan konsumen dan menerjemahkan keinginan tersebut secara akurat kedalam desain teknis, *manufacturing*, dan perencanaan yang tepat. Tujuan dari QFD menafsirkan bahkan kriteria kualitas subjektif menjadi lebih obyektif yang dapat dikuantifikasi dan diukur, dan kemudian dapat digunakan untuk merancang sebuah pelayanan.

METODE



Gambar 1. Diagram alir penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Bagian Harapan

Di hitung derajat kebebasan di hitung dengan rumus : $df = N - 2$ Jumlah derajat kebebasan pada penelitian ini yaitu : $(df) = 154 - 2 = 152$ Sehingga nilai r kritisnya 0,158, nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka

penelitian dilanjutkan ke tahapselanjutnya.

Uji Validitas Bagian Realita

Di hitung derajatkebebasan di hitung denganrumus : $df = N - 2$ Jumlah derajat kebebasan pada penelitian ini yaitu : $(df) = 154 - 2 = 152$ Sehingga nilai r kritisnya 0,158. nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka penelitian dilanjutkan ke tahapselanjutnya.

Uji ReliabilitasHarapan

Hasil dari perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 Reliabilitas Persepsi

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0.889 | 25 |

Uji Reliabilitas Realita

Nilai koefisien alpha berikut adalah hasil dari pengujian reliabilitasharapan.

Tabel 2 Reliabilita Ekspetasi

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| 0.851 | 25 |

Dilihat dari tabel 2 dari hasil pengujian reliabilitas nilai alfa sebesar 0,851 lebih besar dari 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa pengujian reliabilitas ekspetasi itu reliabel.

Metode Servic Quality

Gap = Persepsi-ekspetasi

Gap = Rata-rata persepsi – Rata-rata ekspetasi

Gap = Rata-rata Harapan –Rata-rata Realita

Rata-rata Harapan= 3.67

Rata-rata Realita= 3.04

Maka : $3.67 - 3.04 = 0,63$ jadi gap pada variabel X1 adalah 0,63Maka urutan nilai gap yang terbesar adalah:

Tabel 3. Gap

| No | Variabel | Harapan | Realita | Gap |
|----|--|---------|---------|-------|
| 1 | Tersedianya fasilitas yang menarik, nyaman, bersihserta aman untuk digunakan (seperti minum, Wifi, Toilet) | 3.71 | 3.84 | -0.13 |
| 2 | Pengetahuan, kemampuan dan kecakapan mekanik baik dalam melayani pelanggan | 3.88 | 3.92 | -0.04 |
| 3 | Ketersedian pegawai pada saat pelanggan membutuhkan. | 3.50 | 3.97 | -0.47 |
| 4 | Mekanik memberitahu pelanggan jika ada sparepart yang harus di ganti | 3.62 | 3.68 | -0.06 |
| 5 | Biaya Perbaikan yang terjangkau | 3.40 | 3.51 | -0.11 |
| 6 | Petugas dealer mampu memberikan penjelasan tentang layanan yang diberikan | 3.10 | 3.34 | -0.24 |
| 7 | Pegawai dealer memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti pelanggan | 3.12 | 3.25 | -0.13 |
| 8 | Pelayanan yang profesional, ramah dan tanggap dalam membantu permasalahan pelanggan. | 3.50 | 3.83 | -0.33 |

Analisis QFD

Tabel 4. Kebutuhan Pelanggan

| No | Variabel |
|----|---|
| 1 | Tersedianya fasilitas yang menarik, nyaman, bersih serta aman untuk digunakan (seperti minum, Wifi, Toilet) |
| 2 | Pengetahuan, kemampuan dan kecakapan mekanik baik dalam melayani pelanggan |
| 3 | Ketersedian pegawai pada saat pelanggan membutuhkan. |
| 4 | Mekanik memberitahu pelanggan jika ada sparepart yang harus di ganti |
| 5 | Biaya administrasi yang terjangkau |
| 6 | Petugas dealer mampu memberikan penjelasan tentang layanan yang diberikan |
| 7 | Pegawai dealer memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti pelanggan |
| 8 | Pelayanan yang profesional, ramah dan tanggap dalam membantu permasalahan pelanggan. |

Tabel 5. Tingkat kepentingan dan tingkat kebutuhan

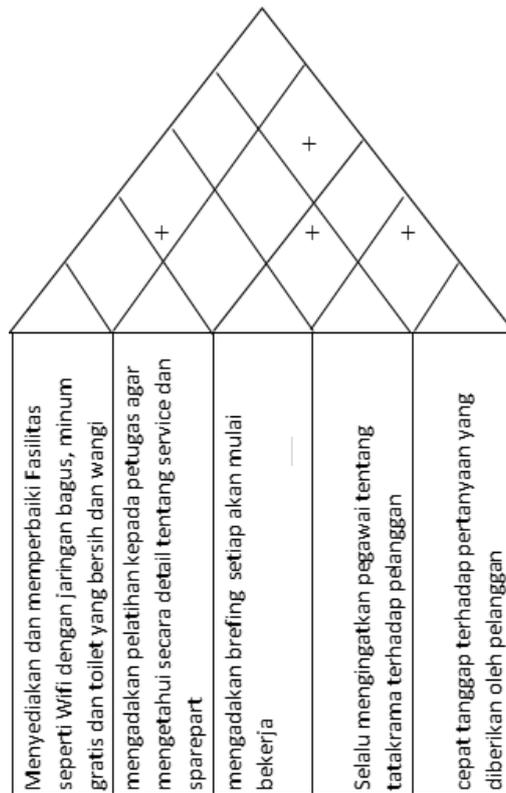
| Variabel | Nilai Tingkat Kepentingan | Nilai Tingkat Kebutuhan |
|---|---------------------------|-------------------------|
| Tersedianya fasilitas yang menarik, nyaman, bersih serta aman untuk digunakan (seperti minum, Wifi, Toilet) | 3.065 | 12.4% |
| Pengetahuan, kemampuan dan kecakapan mekanik baik dalam melayani pelanggan | 3.02 | 12.2% |
| Ketersedian pegawai pada saat pelanggan membutuhkan. | 3.235 | 13.1% |
| Mekanik memberitahu pelanggan jika ada sparepart yang harus di ganti | 3.03 | 12.2% |
| Biaya service yang terjangkau | 3.055 | 12.3% |
| Petugas dealer mampu memberikan penjelasan tentang layanan yang diberikan | 3.12 | 12.6% |
| Pegawai dealer memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti pelanggan | 3.065 | 12.4% |
| Pelayanan yang profesional, ramah dan tanggap dalam membantu permasalahan pelanggan. | 3.165 | 12.8% |

Tabel 6. Respon teknis

| Respon Teknis | Nilai |
|---|-------|
| Menyediakan dan memperbaiki Fasilitas seperti Wifi dengan jaringan bagus, minum gratis dan toilet yang bersih dan wangi | 39% |
| Mengadakan pelatihan kepada petugas agar mengetahui secara detail tentang service dan sparepart | 39% |
| Mengadakan briefing setiap akan mulai bekerja | 48% |
| Selalu mengingatkan pegawai tentang tatakrma terhadap pelanggan | 43% |
| cepat tanggap terhadap pertanyaan yang diberikan oleh pelanggan | 39% |

| | | | | | |
|---|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------|
| Tersedianya fasilitas yang menarik, nyaman, bersih serta aman untuk digunakan (seperti minum, Wifi, Toilet) | <input type="radio"/> | | | | |
| Pengetahuan, kemampuan dan kecakapan mekanik baik dalam melayani pelanggan | | <input type="radio"/> | | | <input type="radio"/> |
| Ketersediaan pegawai pada saat pelanggan membutuhkan. | | <input type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | <input checked="" type="radio"/> | |
| Mekanik memberitahu pelanggan jika ada sparepart yang harus di ganti | | | | | <input type="radio"/> |
| Biaya service yang terjangkau | | | | | |
| Petugas dealer mampu memberikan penjelasan tentang layanan yang diberikan | | | | | <input type="radio"/> |
| Pegawai dealer memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti pelanggan | | | | | <input type="radio"/> |
| Pelayanan yang profesional, ramah dan tanggap dalam membantu permasalahan pelanggan. | | | | | <input type="radio"/> |
| Respon teknis | 39% | 39% | 48% | 43% | 39% |

Gambar 1. Menentukan relationship

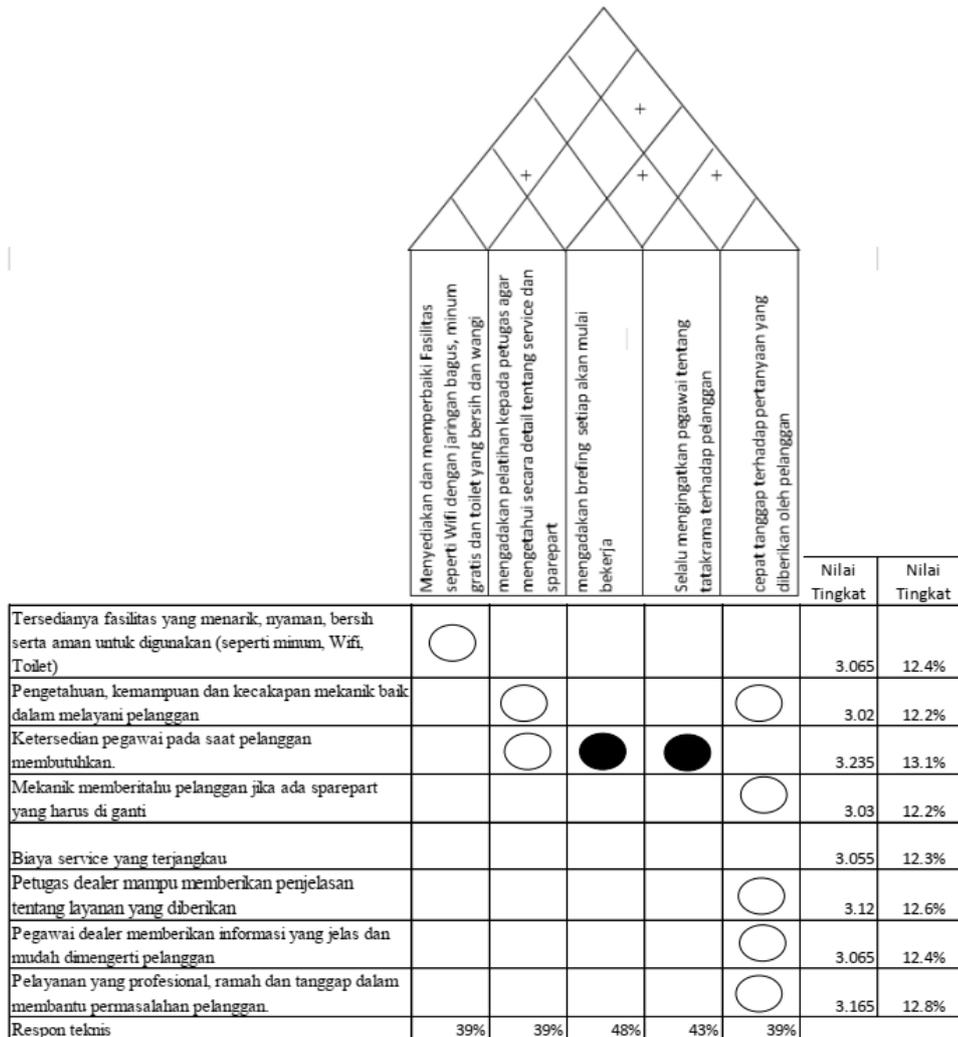


Gambar 2. Menentukan technical correlation

| | | | | | | | | | |
|---|---|-----|-----|-----|-----|-----|--|-------|-------|
| Tersedianya fasilitas yang menarik, nyaman, bersih serta aman untuk digunakan (seperti minum, Wifi, Toilet) | ○ | | | | | | | 3.065 | 12.4% |
| Pengetahuan, kemampuan dan kecakapan mekanik baik dalam melayani pelanggan | | ○ | | | | ○ | | 3.02 | 12.2% |
| Ketersediaan pegawai pada saat pelanggan membutuhkan. | | ○ | ● | ● | | | | 3.235 | 13.1% |
| Mekanik memberitahu pelanggan jika ada sparepart yang harus di ganti | | | | | | ○ | | 3.03 | 12.2% |
| Biaya service yang terjangkau | | | | | | | | 3.055 | 12.3% |
| Petugas dealer mampu memberikan penjelasan tentang layanan yang diberikan | | | | | | ○ | | 3.12 | 12.6% |
| Pegawai dealer memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti pelanggan | | | | | | ○ | | 3.065 | 12.4% |
| Pelayanan yang profesional, ramah dan tanggap dalam membantu permasalahan pelanggan. | | | | | | ○ | | 3.165 | 12.8% |
| Respon teknis | | 39% | 39% | 48% | 43% | 39% | | | |

Gambar 3. Kompetitive *banch mark*

House Of Quality



Gambar 4. Matrix HOQ

Nilai tingkat kepentingan dan nilai tingkat kebutuhan adalah: Tersedianya fasilitas yang menarik, nyaman, bersih serta aman untuk digunakan (seperti minum, Wifi, Toilet) dengan nilai tingkat kepentingan 3.065 dan nilai tingkat kebutuhan 12.4%; Pengetahuan, kemampuan dan kecakapan mekanik baik dalam melayani pelanggan memiliki nilai tingkat kepentingan 3,02 dan nilai tingkat kebutuhan 12.2%; Ketersediaan pegawai pada saat pelanggan membutuhkan memiliki nilai tingkat kepentingan 3.235 dan nilai tingkat kebutuhan 13.1%; Mekanik memberitahu pelanggan jika ada sparepart yang harus di ganti memiliki nilai tingkat kepentingan 3.03 dan nilai tingkat kebutuhan 12.2%; Biaya service yang terjangkau memiliki nilai tingkat kepentingan 3,055 dan nilai tingkat kebutuhan 12.3%; Petugas dealer mampu memberikan penjelasan tentang layanan yang diberikan memiliki nilai tingkat kepentingan 3,12 dan nilai tingkat kebutuhan 12.6%; Pegawai dealer memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti pelanggan memiliki nilai tingkat kebutuhan 3,065 dan nilai tingkat kebutuhan 12,4%; Pelayanan yang profesional, ramah dan tanggap dalam membantu permasalahan pelanggan memiliki nilai tingkat kepentingan 3,165 dan nilai tingkat kebutuhan 12,8%.

KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan analisis kesenjangan (gap) dapat dilihat bahwa jasa pelayanan di CV Agung Motor memiliki nilai negatif hal itu menandakan masih ada yang kurang CV Agung Motor masih kurang dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] P. Kotler and G. Armstrong, *Prinsip-prinsip pemasaran*, vol. 1, no. 2. Jilid, 2008.
- [2] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, "Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc," *J. Retail.*, vol. 64, no. 1, p. 12, 1988.
- [3] L. Rambat and A. Hamdani, *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- [4] F. Tjiptono, *Manajemen jasa*. CV. Andi Offset, 2000.