

# Jurnal Teknik

TEKNIK INFORMATIKA - TEKNIK MESIN - TEKNIK SIPIL - TEKNIK ELEKTRO - TEKNIK INDUSTRI

Jurnal Teknik, Vol.3 No. 1, Agustus 2014

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PENJUALAN MOBIL BERBASIS WEB  
STUDI KASUS PT. RAJAWALI SENTOSA

**Elfa Fitria, Renold Sirayan**

ANALISA PERANCANGAN SISTEM PENJUALAN ONLINE PADA  
PT. INDOTAICHEN TEXTILE INDUSTRY

**Irfan nasrullah**

RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI PERPUSTAKAAN BERBASIS WEB  
PADA SD NEGERI PORIS PLAWAD 7 TANGERANG

**Muhammad Jonni**

ANALISIS SISTEM PEMBELIAN BARANG MATERIAL PADA  
PT. KARUNACON INDOTAMA

**Rohmat Taufiq, Predi Dermawan**

IMPLEMENTASI LOGIKA FUZZY DALAM PENENTUAN POLA PENGGUNAAN  
ENERGI LISTRIK PADA SUATU GEDUNG BERDASARKAN HASIL AUDIT

**Rahma Farah Ningrum**

MINIMALISASI DEFECT PRODUK GRANITE TILE PADA PROSES SORTING & POLISHING  
DENGAN PENDEKATAN ROOT CAUSE ANALYSIS (RCA)

**Bambang Suhardi Waluyo, Tri Widodo**

ANALISA BEBAN DINAMIK PADA GEDUNG BERTINGKAT SEDERHANA DAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG

**Almufid, Saiful Haq**

SISTEM PROTEKSI DARI PEMBANGKIT SAMPAI KONSUMEN

**Andrie D.Nurdin, Bayu Purnomo**

PERANCANGAN KONTROL OTOMATIS MESIN MIXER PENGADUK BAHAN  
PADA PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN

**Sumardi, Lis Handoko**

ANALISA TATA LETAK PABRIK UNTUK MEMINIMALISASI *MATERIAL HANDLING*  
PADA PABRIK SHEET METAL DENGAN SOFTWARE PROMODEL

**Sri Lestari**

EVALUASI KUALITAS PELAYANAN PENGUJIAN KENDARAAN BERMOTOR DENGAN  
METODE SERVQUAL

**Tri Widodo**



**Fakultas Teknik**  
**Universitas Muhammadiyah Tangerang**



## Susunan Redaksi Jurnal Teknik Fakultas Teknik - Universitas Muhammadiyah Tangerang

Pelindung	: H. Achmad Badawi, S.Pd., SE., MM. (Rektor UMT)
Penanggung Jawab	: Ir. Saiful Haq (Dekan Teknik)
Pembina Redaksi	: 1. Rohmat Taufik, ST., M.Kom. 2. Drs. H. Syamsul Bahri, MSi.
Pimpinan Redaksi	: Drs. Ir. Sumardi Sadi, MT.
Redaktur Pelaksana	: Mahpud, M.Kom
Dewan Redaksi	: 1. M. Jonni, M.Kom. 2. Vienka Rahmanita, MT. 3. Ir. Bayu Purnomo 4. Elfa Fitria, S.Kom, M.Eng. 5. Bambang Suhardi, W, ST, MT. 6. Yafid Efendi, ST, MT.
Mitra Bestari	: 1. Prof. Dr. Aris Gumilar 2. Dr. Ir. Doddy Hermiyono, DEA. 3. Nur Fajar Yanta, MSc.

Alamat :

Jl. Perintis Kemerdekaan I No. 33 Cikokol Tangerang 5537198

Telp. : 021 51374916

## DAFTAR ISI

- 1. Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Mobil Berbasis Web Studi Kasus PT. Rajawali Sentosa – 1**  
Elfa Fitria, Renold Sirayan
- 2. Analisa Perancangan Sistem Penjualan Online Pada PT. Indotaichen Textile Industry – 9**  
Irfan Nasrullah
- 3. Rancang Bangun Sistem Informasi Perpustakaan Berbasis Web Pada Sd Negeri Poris Plawad 7 Tangerang – 19**  
Muhammad Jonni
- 4. Analisis Sistem Pembelian Barang Material Pada PT. Karunacon Indotama – 36**  
Rohmat Taufiq, Predi Dermawan
- 5. Implementasi Logika Fuzzy Dalam Penentuan Pola Penggunaan Energi Listrik Pada Suatu Gedung Berdasarkan Hasil Audit Energi – 44**  
Rahma Farah Ningrum, S.Kom, M.Kom.
- 6. Minimalisasi Defect Produk Granite Tile Pada Proses Sorting & Polishing Dengan Pendekatan Root Cause Analysis (RCA) (Studi Kasus di PT. Niro Ceramic Nasional Indonesia, Bogor–Jawa Barat) – 53**  
Bambang Suhardi Waluyo, MT & Tri Widodo, MT
- 7. Analisa Beban Dinamik Pada Gedung Bertingkat Sederhana dan Tinggi Universitas Muhammadiyah Tangerang – 68**  
Almufid, Saiful Haq
- 8. Sistem Proteksi dari Pembangkit Sampai Konsumen – 80**  
Andrie D. Nurdin, Bayu Purnomo
- 9. Perancangan Kontrol Otomatis Mesin Mixer Pengaduk Bahan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman – 91**  
Sumardi, Lis Handoko
- 10. Analisa Tata Letak Pabrik Untuk Meminimalisasi Material Handling Pada Pabrik Sheet Metal Dengan Software Promodel – 106**  
Sri Lestari
- 11. Evaluasi Kualitas Pelayanan Pengujian Kendaraan Bermotor Dengan Metode Servqual – 111**  
Tri Widodo, MT

## EVALUASI KUALITAS PELAYANAN PENGUJIAN KENDARAAN BERMOTOR DENGAN METODE SERVQUAL

**Tri Widodo, MT**

Takultas Teknik Industri  
Universitas Muhammdiyah Tangerang  
Jl. Perintis Kemerdekaan I/33, Cikokol Kota Tangerang  
E-mail: *tiga\_wd@yahoo.co.id*

### ABSTRAKSI

Objek dari penelitian ini adalah bagian pelayanan Pengujian kendaraan bermotor di Kabupaten Tangerang, bagian ini bertugas untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat umum. Jasa yang berkualitas bisa tercipta bila jasa tersebut bisa memuaskan pelanggan, kepuasan pelanggan itu ditandai dengan berkurangnya keluhan pelanggan sehingga menunjukkan kinerja perusahaan yang tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisa faktor-faktor apa saja yang membentuk kepuasan pelanggan serta memberikan masukan kepada pihak manajemen untuk dilakukannya perbaikan. Penggunaan service kualitas diharapkan dapat mengetahui apakah ada kesenjangan antara kinerja yang dilakukan selama ini dengan apa yang diharapkan oleh para konsumen. Kelima dimensi yang diukur adalah tangibility, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. 16 demanded quality ini diteliti dengan melakukan kuesioner. Penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap 97 responden dengan menggunakan skala likert. Perhitungan servqual menunjukkan adanya gap antara harapan dengan kinerja selama ini. Gap skor rata-rata yang diperoleh dari 16 atribut pelayanan pengujian kendaraan bermotor adalah -26,639. Indeks kepuasan pelanggan yang diperoleh sebesar 61,82%. Penggunaan diagram kartesius digunakan untuk memetakan tiap-tiap atribut yang ditanyakan dalam masing-masing dimensi. Didapatkan hasil adanya 6 atribut yang berada di kuadran A yang harus menjadi perhatian serius dari pihak manajemen.

**Kata Kunci:** *Service Quality, Analisa Gap, Indeks Kepuasan Pelanggan, Importance Performance Analysis, Diagram Kartesius.*

### A. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan kendaraan bermotor di Indonesia dewasa ini dari tahun ke tahun senantiasa menunjukkan peningkatan yang semakin pesat. Pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor tersebut secara tidak langsung akan berdampak negatif pula terhadap meningkatnya jumlah kecelakaan lalu lintas di jalan. Salah satu penyebab terjadinya kecelakaan lalu lintas adalah kondisi kendaraan bermotor

yang belum memenuhi persyaratan teknis dan kelaikan jalan.

Pengujian kendaraan bermotor dilakukan agar setiap kendaraan bermotor benar-benar laik secara teknis untuk dioperasikan di jalan, karena pada kenyataannya masih banyak dijumpai kendaraan bermotor secara teknis tidak laik jalan tetapi masih tetap beroperasi. Keadaan ini dapat beresiko yang tidak kecil terhadap keselamatan lalu lintas, baik bagi pengendara kendaraan tersebut maupun

pemakai jalan lainnya. Demikian pula, pengujian kendaraan bermotor diharapkan dapat menekan emisi gas buang yang dihasilkan oleh kendaraan bermotor sehingga benar-benar berada dibawah ambang batas standarisasi emisi yang telah ditentukan. Oleh sebab itu pengujian kendaraan bermotor dapat dijadikan sebagai sarana untuk pengawasan kelaikan jalan kendaraan bermotor, serta diharapkan agar lebih berperan dalam memelihara dan menjamin kondisi angkutan yang aman dan bebas polusi.

Dimana kepuasan pelanggan menurut pakar-pakar Kotler (2000) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang ia rasakan/alami terhadap harapannya, Richard F.Gerson (Djiptono, 2004) adalah kepuasan pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui, Hoffman dan Beteson (Djiptono, 2004) kepuasan atau ketidakpuasan adalah perbandingan dari ekspektasi konsumen kepada persepsi mengenai interaksi jasa yang sebenarnya. Dari pendapat para pakar-pakar diatas, Arief (2006) menyimpulkan bahwa secara umum pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dapat dilihat dari kesesuaian antara harapan pelanggan dengan persepsi, pelayanan yang diterima.

Untuk mengidentifikasi sekumpulan atribut-atribut pelayanan yang dapat digunakan sebagai kriteria dalam mengukur kinerja pelayanan, salah satu penilaian kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman et al (1996) dikenal dengan nama *Service Quality*, dimana kualitas pelayanan ini mencakup 5 dimensi yang diukur antara lain bukti langsung (*Tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*). Telah banyak para peneliti menggunakan skala pengukuran servqual ini pada beberapa industri jasa, yang di modifikasi dengan jenis usaha dan industri yang diteliti.

Sedangkan Gap model sendiri merupakan bagian dari Servqual itu sendiri, diharapkan dapat mengidentifikasi ke-

senjangan (*Gap*) komunikasi dan persepsi antara pihak manajemen (pemerintah) dan konsumen. Agar dapat mengetahui seberapa besar kesenjangan (*Gap*) antara persepsi management dengan harapan pelanggan itu sendiri, maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar perbedaannya dan dapat mengetahui pelayanan jasa seperti apa yang diinginkan, dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan perlu dilakukan penelitian pada konsumen yang menggunakan pelayanan jasa ini, sehingga tidak terjadi perbedaan persepsi mengenai apa yang diberikan perusahaan kepada pelanggan dengan apa yang sebenarnya dibutuhkan pelanggan.

## B. KAJIAN PUSTAKA

### Dimensi Kualitas Jasa

*Servqual* menghasilkan suatu metode pengukuran kualitas jasa berdasarkan perbandingan antara persepsi pelanggan atas layanan yang mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*Expected service*).Valeria A. Zeithaml et al, 1990 (Arief, 2006) mengemukakan hasil penelitiannya bahwa ada lima kriteria atau dimensi (*variabel*) yang dapat digunakan untuk menilai kualitas pelayanan, yaitu *Ten Dimensions of Servqual*:

#### 1. Bukti langsung (*tangible*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

#### 2. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan

pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

### 3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

### 4. Jaminan (*assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

### 5. Empati (*empathy*)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Di mana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

## Kesenjangan Pada Kualitas Pelayanan

Parasuraman et al (1985) memformulasikan model kualitas pelayanan (*service quality model*) yang menjadi prasyarat untuk menyampaikan kualitas pelayanan yang baik. Dari model ini diidentifikasi lima Gap yang menyebabkan ketidaksuksesannya penyampaian jasa.

### 1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen

Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain, dan jasa-jasa pendukung/sekunder apa saja yang diinginkan konsumen.

### 2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa.

Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu yang jelas. Hal ini bisa dikarenakan tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya, atau karena adanya kelebihan permintaan.

### 3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.

Ada beberapa penyebab terjadinya gap ini, misalnya karyawan kurang terlatih (belum menguasai tugasnya), beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standar kinerja, atau bahkan tidak mau memenuhi standar kinerja yang ditetapkan. Selain itu mungkin pula karyawan dihadapkan pada standar-standar yang kadang kala saling bertentangan satu sama lain.

### 4. Gap antara penyampain jasa dan komunikasi eksternal.

Seringkali harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi.

### 5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.

Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

### C. METODE PENGUMPULAN DATA

#### Sampel Penelitian

Teknik *sampling* menggunakan teknik *simple random sampling* (sampel acak sederhana). Alasan penggunaan sampel karena dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Pengambilan sampel acak dapat dilakukan dengan cara undian, memilih bilangan dari daftar bilangan secara acak, dsb Sugiyono (2004). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang menguji kendaraannya di UPT. Pengujian kendaraan bermotor di daerah Kabupaten Tangerang. Berdasarkan data pada tahun 2012 jumlah kendaraan yang masuk sebanyak 40.166 orang/kend dan bila di rata-ratakan setiap bulannya sebanyak 3.347 orang/kend. Samosir (2005) mengemukakan perhitungan jumlah sampel dari populasi yang berdistribusi normal dapat dilakukan dengan rumus *Slovin*:

$$n = \frac{N}{1 + N^2}$$

$$n = \frac{3347}{1 + 3347 \cdot (0,1)^2}$$

$$N = 97 \text{ orang}$$

dimana:

n = ukuran sampel (org)

N = ukuran populasi

e = persen kesalahan yang diinginkan atau ditolerir (digunakan sebesar 10%)

#### Penetapan Instrumen Penelitian

Dengan mengacu pada definisi-definisi 5 dimensi serta hasil pengamatan dari lapangan tersebut maka penelitian ini mencakup 2 variabel operasional, yaitu variabel persepsi pelanggan (V1)

dan variabel bentuk jasa layanan manajemen (V2) . menurut Parasuraman et al (1996), kepuasan pelanggan dan jasa layanan manajemen diturunkan menjadi 5 dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty*. Keseluruhan dimensi yang ada diturunkan menjadi indikator-indikator yang disesuaikan dengan kondisi obyek yaitu Pengujian Kendaraan Bermotor Kabupaten Tangerang. Secara keseluruhan indikator-indikator yang mempengaruhi kualitas pelayanan di Pengujian kendaraan bermotor, yaitu:

#### 1. *Tangibels* (bukti langsung)

Merupakan penampilan yang dapat dilihat baik itu personilnya, peralatan dan perlengkapan maupun media yang digunakan. Adapun yang termasuk aspek/indikator berwujud ini adalah:

- Petugas berpenampilan rapi dan menarik (V1)
- Tersedia tempat parkir yang baik dan nyaman (V1)
- Peralatan yang berfungsi dengan baik (V1)
- Tersedia petunjuk parkir yang jelas (V2)
- Informasi yang tersedia sangat memadai (V2)
- Kantor mempunyai tata ruang yang baik, rapi dan bersih (V2)

#### 2. Reliability (kehandalan)

Kemampuan untuk menepati dan melaksanakan pelayanan yang diajukan dengan tepat dan terpercaya. Adapun yang termasuk aspek kehandalan ini, yaitu:

- Estimasi waktu penyelesaian wajar dan kompetitif (V1)
- Waktu pelayanan dilakukan dengan tepat waktu (V1)
- Petugas selalu ada dan cepat melayani saat dihubungi (V2)
- Estimasi harga dan waktu penyelesaian pekerjaan disampaikan dengan cepat (V2)

#### 3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Kemampuan dan ketanggapan dalam memberikan pelayanan kepada



pelanggan. Adapun yang termasuk aspek daya tanggap ini, yaitu:

- Penanganan pekerjaan yang cepat dan tepat (V1)
- Mempunyai keterampilan dalam melayani (V1)
- Petugas cepat tanggap dalam melayani (V2)
- Pemberitahuan informasi yang jelas (V2)

4. *Assurance* (jaminan)

Merupakan pengetahuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan dari pelanggan. Adapun yang termasuk aspek jaminan, yaitu:

- Petugas memberi respon positif tentang hal-hal yang dibutuhkan (V1)
- Pelayanan yang dilakukan dengan ramah tamah (V1)
- Petugas selalu berada ditempat tugas (V2)
- Petugas memiliki pengetahuan yang baik (V2)

5. *Emphaty* (empati)

Merupakan perhatian yang bersifat pribadi kepada pelanggan. Adapun yang termasuk aspek empati, yaitu:

- Petugas memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan (V1)
- Upaya membina hubungan dengan pelanggan (V1)
- Petugas memiliki kemampuan komunikasi yang baik dan dimengerti (V2)
- Petugas selalu memberi rasa nyaman (V2)
- Petugas bersikap ramah dan sopan (V2)

**Uji Validitas**

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes

yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah, Sugiyono (2004).

Pengujian konsistensi item dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antara skor subjek pada item yang bersangkutan dengan skor total tes (korelasi item total) dimana perhitungannya tergantung pada sifat penskalaan skor item dan skor tes itu sendiri. Rumus yang digunakan adalah koefisien korelasi *Product-Moment Pearson*, Sugiyono (2004). sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{(n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2)(n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2)}}$$

dimana:

- r = Koefisien korelasi
- n = Jumlah sampel
- Xi = Skor sampel pada pertanyaan
- Yi = Skor total sampel

**Uji Reliabilitas**

Sugiyono (2004) menyatakan Pengujian ini dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian data yang diperoleh dengan teknik tertentu.

Rumus Spearman Brown:

$$r_i = \frac{2 r_b}{1 + r_b}$$

dimana:

- r<sub>i</sub> = reliabilitas internal seluruh instrumen
- r<sub>b</sub> = Korelasi Product Moment antara belahan pertama dan kedua

**Analisa Servqual**

Untuk mengetahui nilai Gap Servqual dari tiap-tiap atribut pertanyaan antara harapan dan persepsi yang ditanyakan melalui kuesioner, kita dapat menggunakan rumus Zeithaml et al (1990):

$$\text{Skor Gap Servqual} = \text{skor persepsi} - \text{skor harapan}$$



### Analisa Indeks Kepuasan Pelanggan

Hasil pengukuran indeks kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction indeks/CSI*) dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap suatu bentuk pelayanan yang telah dirasakannya. Menurut Gusrizal (2008) untuk mengetahui nilai indeks kepuasan (*CSI*) pelanggan dapat menggunakan rumus.

$$CSI = \frac{\sum AVGP}{\sum AVGE} \times 100 \%$$

dimana:

$\sum AVGP$  = rata-rata persepsi responden

$\sum AVGE$  = rata-rata harapan responden

### Analisa Diagram Persepsi-Harapan

Kotler (2005) menyatakan bahwa penentuan prioritas perbaikan dimensi berdasarkan metode pemetaan persepsi pelanggan dengan menggunakan matriks *Importance-Performance Analysis* yang dikembangkan melalui pemetaan kepuasan.

Setiap pertanyaan dari masing-masing dimensi dalam *servqual* yang ditanyakan kepada responden dapat dipetakan berdasarkan tingkat kepentingan yang menjadi harapan pengguna ke dalam matriks *Importance-Performance Analysis* yang dibagi menjadi empat kuadran yaitu:

#### 1. Kuadran A – Prioritas Pertama

Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi persepsi pengguna, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pengguna sehingga mengecewakan/tidak puas.

#### 2. Kuadran B – Pertahankan Prestasi

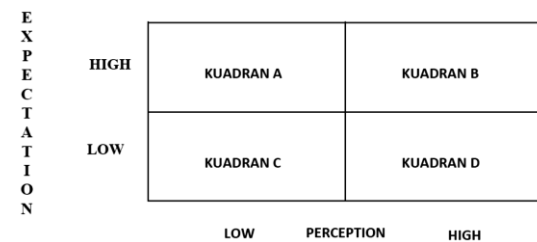
Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

#### 3. Kuadran C – Prioritas Rendah

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pengguna. Pelaksananya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

#### 4. Kuadran D – Berlebihan

Menunjukkan faktor yang menurut pengguna kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.



Gambar 3.2. Matriks Perception-Expectation  
Sumber: Kotler (2005)

### D. Hasil Analisa

#### Analisa Servqual

Berdasarkan hasil dari analisa perhitungan dari nilai rata-rata kinerja, harapan dan gap dari masing-masing dimensi yang ditanyakan. Dapat diketahui nilai rata-rata kinerja yang ditanyakan melalui penyebaran kuesioner, dimana dimensi *reliability* dari pelayanan bagian umum menjadi dimensi yang kinerjanya paling rendah diantara dimensi lainnya, yaitu dengan nilai 2.478. disusul oleh dimensi *responsiveness* dengan nilai 2.615, berturut-turut kemudian disusul oleh dimensi *emphaty* dan *tangibles* dengan nilai 2.625 dan 2.822. sedangkan nilai *assurance* mempunyai nilai yang tertinggi, yaitu 2.966.

Untuk nilai rata-rata harapan per dimensi mendapatkan nilai yang tertinggi, yaitu dimensi *reliability* sebesar 4.612. disusul oleh dimensi *tangibles* dengan nilai 4.384, berturut-turut kemudian disusul oleh dimensi *responsiveness* dengan nilai 4.378, dimensi *assurance* dengan nilai 4.368 dimensi *emphaty* mendapatkan nilai harapan yang paling rendah, yaitu 4.124. ini menandakan

harapan responden terhadap yang termasuk kedalam dimensi *emphaty* menjadi harapan yang terendah yang dinilai oleh responden.

Sedangkan untuk nilai rata-rata *gap* antara kinerja dan harapan. Nilai tersebut merupakan hasil nilai rata-rata kinerja dikurangi nilai rata-rata harapan, dimana *gap* antara kinerja dan harapan untuk dimensi *reliability* sebesar -2.13. Ini menunjukkan nilai harapan masih lebih tinggi daripada kinerja yang dilakukan selama ini. Selanjutnya dimensi *responsiveness* mempunyai nilai kesenjangan antara harapan yang diinginkan oleh responden dengan kinerja bagian pelayanan umum sebesar -1.76, kesenjangan yang terjadi pada *tangibles* sebesar -1.56 Ini menunjukkan nilai harapan masih lebih tinggi daripada kinerja yang dilakukan selama ini. Pada dimensi *emphaty* harapan yang dimau oleh konsumen masih lebih besar -1.50 daripada kinerja selama ini. Dan yang terakhir, dimensi *assurance* mempunyai nilai kesenjangan sebesar -1.40 antara harapan dan kinerja.

### Analisa Indeks Kepuasan Pelanggan

Dari hasil perhitungan untuk indeks kepuasan pelanggan, dapat diketahui rata-rata indeks kepuasan pelanggan secara keseluruhan sebesar 61,82%. Menurut Gusrizal (2008) Kriteria untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan (*CSI*) yang dicapai adalah sebagai berikut:

- $CSI < 50\%$  : Kurang sekali
- $50\% < CSI < 60\%$  : Kurang
- $60\% < CSI < 70\%$  : Cukup
- $70\% < CSI < 80\%$  : Baik
- $CSI > 80\%$  : Baik sekali

Berdasarkan kriteria tingkat kepuasan pelanggan (*CSI*) diatas, Indeks kepuasan ini berarti secara keseluruhan rata-rata pelayanan yang selama ini diberikan oleh manajemen Pengujian kendaraan bermotor masih berkategori "*cukup*" bila kita mengacu pada nilai-nilai batas kriteria *CSI*. Dengan kategori cukup masih banyak hal yang harus

dilakukan/diperbaiki, dikarenakan dari 16 butir pertanyaan (*demanded quality*) seluruhnya memiliki nilai rata-rata persepsi di bawah rata-rata harapan.

### Analisa Diagram Persepsi–Harapan

#### 1. Kuadran A – Prioritas Utama

- Kenyamanan ruang tunggu
- Ketepatan waktu proses pendaftaran
- Ketepatan waktu pemeriksaan kendaraan
- Ketepatan waktu pemeriksaan berkas
- Pemberian informasi yang jelas
- Waktu tunggu proses layanan

*Customer demanded quality* ini harus diperhatikan secara khusus atau mendapatkan prioritas utama untuk perbaikan kualitas pelayanan, karena ini dianggap sangat penting oleh pelanggan, tapi tidak dilakukan dengan baik oleh manajemen. Pihak pengujian kendaraan bermotor perlu memberikan perhatian khusus untuk atribut "waktu tunggu proses pelayanan", karena memiliki indeks kepuasan paling rendah sebesar 51,1% diantara atribut-atribut yang lain pada kuadran A.

#### 2. Kuadran B – Pertahankan Prestasi

- Peralatan berfungsi dengan baik
- Penampilan petugas
- Ketersediaan tempat parkir
- Pengetahuan petugas yang dikerjakannya
- Kemampuan petugas dalam melaksanakan pekerjaan
- Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti

Dalam kuadran ini ada 6 *customer demanded quality* yang harus dipertahankan dengan baik, karena dianggap penting oleh pelanggan dan telah dilakukan dengan baik oleh para manajemen pengujian kendaraan bermotor.

#### 3. Kuadran C – Prioritas Rendah

- Petugas memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan
- Ucapan salam dan sapa

Dalam kuadran ini ada 2 *customer demanded quality* yang memiliki prioritas

rendah menurut kebutuhan pelanggan, akan tetapi bukan berarti ini tidak penting untuk diperbaiki. Atribut di kuadran ini cukup penting tapi bukan menjadi keinginan utama pelanggan, pada kenyataannya kualitas pelayanan yang diberikan terhadap atribut di kuadran C masih ada yang belum memenuhi keinginan atau harapan para pengguna pengujian kendaraan bermotor.

4. Kuadran D – Berlebihan

- Keterampilan para petugas
  - Kesopanan petugas dalam melayani
- Dalam kuadran ini ada 2 *customer demanded quality* yang mendapatkan pelayanan yang lebih atau sangat-sangat baik, tetapi atribut ini tidak terlalu diharapkan oleh semua pelanggan yang diberikan oleh pihak manajemen.

Tabel 1.1 Hasil pemetaan diagram persepsi-harapan

KUADRAN A	No	KUADRAN B	No
	1		2
	5		3
	6		4
	7		11
	8		13
KUADRAN C	10	KUADRAN D	14
	15		9
	16		12

**Rekomendasi**

1. Dimensi *tangibles*.

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, kenyamanan pada ruang tunggu mendapatkan persepsi yang kurang memuaskan. Perbaikan dan penambahan fasilitas pada ruang tunggu harus segera dilaksanakan oleh pihak manajemen. Perbaikan dapat berupa renovasi ruang tunggu dan penambahan fasilitas-fasilitas di ruang tunggu, sehingga kepuasan pelanggan meningkat.

2. Dimensi *reability*

Untuk dimensi ini, atribut ketepatan waktu proses, pemeriksaan kendaraan dan waktu tunggu pemeriksaan berkas mendapatkan penilaian yang rendah dari responden. Perbaikan yang dapat dilaku-

kukan adalah, penambahan petugas yang bertugas untuk memproses dan memeriksa berkas-berkas untuk keperluan pemeriksaan uji coba kendaraan. Adanya perbaikan prosedur untuk pemeriksaan dan pemrosesan berkas-berkas, sehingga dapat mengurangi antrian di ruang tunggu.

3. Dimensi *responsiveness*

Untuk dimensi ini, atribut pemberian informasi yang jelas dan waktu tunggu dalam proses pelayanan memiliki penilaian yang rendah dari responden. Perbaikan oleh pihak manajemen yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan pelatihan dan pendidikan bagi para petugas, agar dapat menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh para pelanggan. Adanya perbaikan prosedur pelayanan pengurusan pengujian kendaraan bermotor hingga tidak terjadi waktu tunggu yang cukup lama. Dan penambahan petugas pelayanan yang bertugas untuk melayani pengurusan pengujian kendaraan.

4. Dimensi *assurance*

Untuk dimensi ini, atribut pengetahuan petugas dan kemampuan petugas dalam melaksanakan pekerjaan harus terus dapat ditingkatkan, dengan adanya pelatihan dan pendidikan yang berhubungan dengan sistem dan tatacara prosedur pengujian kendaraan. Adanya sistem penilaian untuk setiap petugas yang dilakukan oleh pihak manajemen secara reguler dan *feedback* yang disertakan masukan mengenai pelayanan yang telah mereka kerjakan, agar petugas tetap memertahankan kualitas pelayanan mereka.

5. Dimensi *emphaty*

Untuk dimensi ini, atribut kinerja yang ditunjukkan oleh para petugas dalam memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan dan kinerja petugas dalam mengucapkan salam dan sapa berada di level yang terendah. Perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak manajemen adalah adanya pelatihan dan pendidikan

yang berhubungan dengan etika dan standart kualitas pelayanan terhadap pelanggan.

#### E. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan (*tangibels, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang berarti indikator-indikatornya memberikan pengaruh nyata terhadap persepsi pelanggan dalam melakukan pengujian kendaraan bermotor.
2. Dimensi Reliability yang meliputi ketepatan waktu proses pendaftaran, ketepatan waktu proses pemeriksaan berkas adalah merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi persepsi pelanggan dalam melakukan pengujian kendaraan bermotor.
3. Berdasarkan hasil evaluasi terhadap kualitas layanan jasa pada pengujian kendaraan bermotor, terdapat enam atribut layanan penting yang menjadi prioritas yaitu: Kenyamanan ruang tunggu, Ketepatan waktu proses pendaftaran, Ketepatan waktu pemeriksaan kendaraan, Ketepatan waktu pemeriksaan berkas, Pemberian informasi yang jelas, Waktu tunggu proses layanan. Keenam atribut layanan tersebut dianggap memiliki kepentingan yang tinggi oleh sebagian besar pelanggan namun kinerjanya masih sangat rendah.

Adapun saran-saran dari hasil penelitian ini adalah:

Untuk penelitian mendatang sebaiknya sampel diambil pada obyek yang berbeda secara strata agar tingkat dan hubungan persepsi pelanggan dapat lebih spesifik lagi.

1. Variabel-variabel dan indikator-indikator yang menjadi faktor kepuasan pelanggan untuk penelitian mendatang dapat diperluas. Sehingga dapat me-

rumuskan strategi untuk memperbaiki kualitas pelayanan.

2. Strategi untuk menciptakan kepuasan pelanggan sangat diperlukan untuk dapat bersaing dan menambah profit bagi perusahaan sehingga diperlukan ukuran dan metode yang tepat dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan.
3. Karakteristik respondennya bisa lebih spesifik lagi, agar analisa yang dihasilkan bisa lebih akurat pada penelitian selanjutnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Undang-undang Nomor 22 Tahun 2009. "*Tentang Lalu Lintas Angkutan Jalan*".
- Arief, M. (2006). "*Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan*". Malang: Bayu-media Publishing.
- Gasperz, V. (2001). "*Metode Untuk Peningkatan Kualitas*". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gerson, R. (2001). "*Mengukur Kepuasan Pelanggan*". Jakarta: PPM
- Gusrizal, D (2008). "Peningkatan Kualitas Pelayanan Dengan Pendekatan QFD dan Servqual". *Tesis Magister Manajemen*.
- Kotler, P. (2000). "*Marketing Management*". Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2005). "*Manajemen Pemasaran*". Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Landrum, H (2009). "Measuring IS system service quality with Servqual, users perceptions of relative importance of the five Servperf dimensions". *The international journal of an emerging transdiscipline, Vol 12*.
- Mubin, A. (2004). "Perencanaan perbaikan kualitas layanan jasa wisata menggunakan pendekatan integrasi



Servqual dan Quality Function Deployment”.

Parasuraman, A. Zeithaml, V. & Berry, L. (1996). "A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research. Vol. 49 (fall).

Samosir, Z. (2005). "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa menggunakan perpustakaan USU". *Jurnal studi perpustakaan dan informasi, vol.1.*

Santoso, H. (2006). "Meningkatkan kualitas layanan industri jasa melalui pendekatan integrasi metode servqual-six sigma atau servqual-qfd". *Jurnal Teknik Industri Undip, vol.1.*

Sugiyono (2004). "Statistika Untuk Penelitian". Bandung: CV. Alfabeta.

Suryana, T (2012), "Perbaikan pelayanan di bagian pelayanan umum di sekolah tinggi XYZ dengan Servqual". *Tesis Magister Teknik Industri.*

Tjiptono, F. (2004). "Manajemen Jasa". Yogyakarta: Andi Offset

Zeithaml, V. (2004). "Service Marketing, Integrating Customer Focus Across The Firm". International edition.

Zeithaml, V. Parasuraman, A. & Berry, L. (1990). "Delivering Quality Of Service: Balancing Customer Perception and Expectation". *New York: The free Press.*