ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA BENGKEL SEPEDA MOTOR HONDA CV. MARABUNTA MOTOR WONOSOBO

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Pascasarjana
pada program Magister Manajemen Pascasarjana
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

DAMAR MURDIHADI
C4A 008205

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSTAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011

PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul :
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA BENGKEL SEPEDA MOTOR HONDA CV. MARABUNTA MOTOR WONOSOBO

yang disusun oleh Damar Murdihadi, S.Pi, NIM C4A008205
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 16 Februari 2011
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing Utama	Pembimbing Anggota
Drs. Mudiantono, MSc	Drs. Sutopo, MS

Semarang, 16 Februari 2011
Universitas Diponegoro
Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program

Prof. Dr. Augusty Ferdinand, MBA

Sertifikasi

Saya, Damar Murdihadi, S.Pi, yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program magister manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawabannya sepenuhnya berada di pundak saya

Damar Murdihadi, S.Pi
10 Februari 2011

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan YME atas karunia dan berkat yang dilimpahkan-Nya, khusunya dalam penyusunan laporan penelitian ini. Penulisan tesis ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan-persyaratan guna memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan segala bentuk pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan tesis ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Augusty Ferdinand, MBA selaku ketua program studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
2. Bapak Drs. Mudiantono, MSc selaku dosen pembimbing utama yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, perhatian, dukungan dan saran yang sangat berguna selama penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
3. Bapak Drs. Sutopo, MS selaku dosen pembimbing anggota yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan bimbingan, perhatian, dukungan dan saran yang sangat berguna selama penyusunan skripsi dari awal hingga akhir.
4. Para staff pengajar Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu Manajemen melalui suatu kegiatan belajar mengajar dengan pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik.
5. Para staff administrasi Magister Manajemen Universitas Diponegoro yang telah banyak membantu dan mempermudah penulis dalam menyelesaikan studi.

6. Kedua Orang tua tercinta, yang telah memberikan segala cinta dan perhatiannya yang begitu besar sehingga penulis merasa terdorong untuk menyelesaikan cita-cita dan memenuhi harpan keluarga.
7. Teman-teman kuliah, yang telah memberikan sebuah persahabatan dan kerjasama yang baik selama menjadi mahasiswa di Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
8. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hanya doa dan ucapan syukur yang dapat penulis panjatkan semoga Tuhan YME berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Semarang, 10 Februari 2011

Penulis

ABSTRACT

This thesis studies about how far customer satisfaction on the performance of CV. Marabunta Motor Wonosobo workshop which is reviewed from the obtained services and the expected services. In this research was expanded the dimension of the quality services variables that is in accordance to the actual situation on the CV. Marabunta Motor Wonosobo, such as the facilities, the infrastructure, the quality of the mechanics, the quality of the employees and the quality of workshop procedures

The research population is the customers who visit CV. Marabunta Motor Wonosobo workshop. The determination of the proportions in this research is the *Importance Performance Analysis (IPA)*, and the number of samples taken amounted to 100 respondents. This research use validity and reliability test as the test methode. The validity and reliability tested on all the importance and performance indicators from all dimensions and the results were all positively correlated and statistically significant, this is evidenced from the significant value <0.05 so it can be concluded that the data in this research is valid. Whereas the reliability test results indicate that the magnitude of cronbach alpha value for all indicators and performance expectations from all dimensions was> 0.6 so it can also be concluded that it is a reliable indicator.

The results of this research indicated that IPA method which used can provide a framework to understanding the customer satisfaction as a function of expectation (*Importance* or the importance rate) associated to an attribute and the customer assessment to organizational performance (*performance*) visits of relevant attributes

Key words : *Importance Performance Analysis (IPA)*

ABSTRAKSI

Tesis ini membahas sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan bengkel terhadap kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo ditinjau dari kesenjangan jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. Pada penelitian ini dikembangkan dimensi variabel kualitas layanan yang sesuai dengan keadaan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo, diantaranya adalah sarana, prasarana, kualitas montir, kualitas karyawan dan kualitas prosedur bengkel.

Populasi penelitian ini adalah pelanggan bengkel yang berkunjung pada bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA), adapun jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Adapun alat uji untuk penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap semua indikator pengukur kepentingan dan kinerja semua dimensi dan hasilnya semua berkorelasi positif dan signifikan secara statistik, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini valid. Sedangkan dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa besarnya nilai cronbach alpha untuk semua indikator harapan dan kinerja pada semua dimensi adalah >0,6 sehingga dapat pula disimpulkan bahwa indikator tersebut adalah reliabel.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa metode IPA yang digunakan dapat memberi kerangka kerja didalam memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari expectation (*Importance* atau tingkat kepentingan) terkait dengan suatu atribut serta penilaian pelanggan terhadap kinerja organisasi (*performance*) dilihat dari atribut terkait.

Kata kunci : *Importance Performance Analysis* (IPA)

DAFTAR ISI

Halaman Persetujuan..... ii
Pernyataan Keaslian Tesis..... iii
Kata Pengantar..... iv
Abstract..... vi
Abstraksi..... vii
DAFTAR TABEL..... xii
DAFTAR GAMBAR..... xiv
I. PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang Masalah..... 1
1.2. Perumusan Masalah..... 5
1.3. Tujuan Penelitian..... 6
1.4. Manfaat Penelitian..... 7

II. TELAAH PUSTAKA, IDENTIFIKASI KEBIJAKAN PERUSAHAAN DAN PENGEMBANGAN MODEL EMPIRIS 8
2.1 Jasa 8
2.1.1. Sifat dan Klasifikasi Jasa 9
2.1.2. Karakteristik Jasa 10
2.1.3. Strategi Pemasaran Jasa 12
2.2. Kualitas Pelayanan 13
2.3. Pengertian Kepuasan Pelanggan 16
2.3.1 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan..... 23
2.3.2 Membangun Kepuasan Pelanggan 25
2.4. Importance Performance Analysis 26
2.5. Desain Penelitian..... 28
2.6. Identifikasi Kebijakan Perusahaan 30
2.6.1. Identifikasi kebijakan Sarana 30
2.6.1.1. Lingkungan bengkel yang bersih 30
2.6.1.2. Kamar mandi yang bersih 30
2.6.1.3. Ruang tunggu yang nyaman..... 30
2.6.1.4. Lingkungan Bengkel Yang Aman 30
2.6.1.5. Fasilitas Ruang Tunggu Yang Lengkap..... 31
2.6.1.6. Ruang tunggu yang nyaman..... 31
2.6.1.7. Penambahan Fasilitas Cuci Motor Setelah Motor Selesai di Servis..... 31
2.6.1.8. Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai di servis apabila kendaraan tersebut belum diambil oleh pelanggan..... 31
2.6.1.9. Bangunan bengkel yang dirasa nyaman oleh Pelanggan..... 31
2.6.2. Identifikasi kebijakan Prasarana 32
2.6.2.1. Peralatan bengkel yang lengkap..... 32
2.6.2.2. Suku Cadang Asli yang Tersedia 32
2.6.2.3. Areal parkir yang nyaman..... 32
2.6.2.4. Bengkel menyediakan paket servis bagi

Kendaraan pelanggan 32
2.6.3. Identifikasi kebijakan Kualitas Montir 33
2.6.3.1. Montir terampil dalam menangani kerusakan motor pelanggan..... 33
2.6.3.2. Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor pelanggan..... 33
2.6.3.3. Montir ramah terhadap pelanggan 33
2.6.3.4. Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan motor..... 33
2.6.4. Identifikasi kebijakan Kualitas Karyawan 34
2.6.4.1. Karyawan Berpenampilan Rapi 34
2.6.4.2. Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan.. 34
2.6.4.3. Karyawan terampil dalam menangani administrasi 34
2.6.4.4. Karyawan tanggap atas permintaan/keluhan pelanggan 34
2.6.5. Identifikasi kebijakan Kualitas Prosedur Bengkel 35
2.6.4.1. Karyawan dan montir datang sesuai jadwal..... 35
2.6.4.2. Jam buka bengkel sesuai jadwal 35
2.6.4.3. Karyawan dan montir menggunakan seragam Saat aktivitas di bengkel..... 35
2.7. Dimensionalisasi 36
2.7.1. Dimensi Kualitas Sarana 36
2.7.2. Dimensi Kualitas Prasarana 38
2.7.3. Dimensi Kualitas Montir..... 39
2.7.4. Dimensi Kualitas Karyawan 40
2.7.5. Dimensi Kualitas Prosedur..... 41

III. METODE PENELITIAN 42
3.1 Jenis Penelitian..... 42
3.2 Jenis dan Sumber Data 42
3.3 Populasi dan Sampel 43
3.4. Metode Pengumpulan Data 44
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas 47
3.5.1. Uji Validitas 47
3.5.2. Uji Reliabilitas 47
3.6. Teknik Analisa Data..... 47
3.6.1. Diagram Kartesius..... 53

IV. ANALISIS DATA 56
4.1 Pendahuluan 56
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas 56
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Dimensi Sarana..... 57
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Dimensi Prasarana 58
4.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Dimensi Kualitas Montir 59
4.2.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Dimensi Kualitas Karyawan 60

4.2.5. Uji Validitas dan reliabilitas Dimensi Kualitas Prosedur Bengkel 61
4.3 Analisis Tingkat Kesesuaian / Kepuasan Pelanggan..... 62
4.3.1. Dimensi Kualitas Sarana 62
4.3.1.1. Lingkungan bengkel yang bersih 62
4.3.1.2. Kamar mandi yang bersih 63
4.3.1.3. Ruang tunggu yang nyaman..... 64
4.3.1.4. Lingkungan Bengkel Yang Aman 65
4.3.1.5. Fasilitas Ruang Tunggu Yang Lengkap..... 66
4.3.1.6. Ruang tunggu yang nyaman..... 67
4.3.1.7. Penambahan Fasilitas Cuci Motor Setelah Motor Selesai di Servis..... 68
4.3.1.8. Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai di servis apabila kendaraan tersebut belum diambil oleh pelanggan..... 69
4.3.1.9. Bangunan bengkel yang dirasa nyaman oleh Pelanggan..... 70
4.3.2. Dimensi Prasarana..... 71
4.3.2.1. Peralatan bengkel yang lengkap..... 71
4.3.2.2. Suku cadang asli yang tersedia 72
4.3.2.3. Areal parkir yang nyaman..... 73
4.3.2.4. Bengkel menyediakan paket servis bagi Pelanggan 74
4.3.3. Dimensi Kualitas Montir..... 75
4.3.3.1. Montir terampil dalam menangani kerusakan motor 75
4.3.3.2. Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor 76
4.3.3.3. Montir ramah terhadap pelanggan 77
4.3.3.4. Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan motor..... 78
4.3.4. Dimensi Kualitas Karyawan 79
4.3.4.1. Karyawan berpenampilan rapi 79
4.3.4.2. Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan... 80
4.3.4.3. Karyawan yang terampil dalam menangani administrasi 81
4.3.4.4. Karyawan tanggap atas permintaan/keluhan pelanggan 82
4.3.5. Dimensi Kualitas Prosedur Bengkel 83
4.3.5.1. Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis 83
4.3.5.2. Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya..... 84
4.3.5.3. Karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel 85

4.4. Importance Performance Analysis 88
4.5. Diagram Kartesius..... 91
4.5.1. Diagram Kartesius Dimensi Sarana 92
4.5.2. Diagram Kartesius Dimensi Prasarana..... 95
4.5.3. Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Montir..... 97
4.5.4. Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Karyawan 99
4.5.5. Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Prosedur Bengkel ... 101

V. KESIMPULAN DAN SARAN 103
5.1. Kesimpulan..... 103
5.2. Implikasi Kebijakan Manajerial 108
5.3. Keterbatasan Penelitian 112
5.4. Agenda Penelitian Mendatang 112

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Pelanggan Bengkel..... 3
Tabel 3.1. Pengukuran Tingkat Kesesuaian / Kepuasan Pelanggan..... 49
Tabel 3.2. Perhitungan Kategori Kepuasan Pelanggan..... 51
Tabel 3.3. Kategorisasi Kepuasan Pelanggan..... 52
Tabel 4.1. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi sarana..... 57
Tabel 4.2. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi Prasarana..... 58
Tabel 4.3. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi kualitas montir..... 59
Tabel 4.4. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi kualitas karyawan..... 60
Tabel 4.5. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi kualitas prosedur bengkel..... 61
Tabel 4.6. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap lingkungan bengkel yang bersih..... 62
Tabel 4.7. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap lingkungan bengkel yang bersih..... 63
Tabel 4.8. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap ruang tunggu yang nyaman..... 64
Tabel 4.9. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan terhadap lingkungan bengkel yang aman..... 65
Tabel 4.10. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap fasilitas ruang tunggu yang lengkap..... 66
Tabel 4.11. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap pengadaan pelayanan *Booking Service*..... 67
Tabel 4.12. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap fasilitas cuci motor..... 68
Tabel 4.13. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis..... 69
Tabel 4.14. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap bangunan bengkel yang nyaman bagi pelanggan..... 70
Tabel 4.15. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap peralatan bengkel yang lengkap..... 71
Tabel 4.16. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap suku cadang asli yang tersedia..... 72
Tabel 4.17. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan terhadap areal parkir yang nyaman..... 73
Tabel 4.18. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap bengkel menyediakan paket servis bagi pelanggan..... 74
Tabel 4.19. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap montir terampil

dalam menangani kerusakan motor..... 75
Tabel 4.20. Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap montir terampil dalam menangani kerusakan motor..... 76
Tabel 4.21. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan terhadap montir ramah terhadap pelanggan..... 77
Tabel 4.22. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan..... 78
Tabel 4.23. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan berpenampilan rapi..... 79
Tabel 4.24. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan..... 80
Tabel 4.25. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan yang terampil dalam menangani administrasi..... 81
Tabel 4.26. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan tanggap atas permintaan/keluhan pelanggan..... 82
Tabel 4.27. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis..... 83
Tabel 4.28. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya..... 84
Tabel 4.29. Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel..... 85
Tabel 4.30. Ringkasan Perhitungan tingkat Kepentingan, Kinerja, dan Kesesuaian / Kepuasan Pelanggan atas Indikator Dimensi Penelitian..... 87
Tabel 4.31. Kategorisasi Kepuasan Pelanggan..... 89
Tabel 4.32. Perhitungan nilai rata-rata Kepentingan dan Kinerja pada masing-masing indikator dimensi penelitian..... 89
Tabel 5.1. Implikasi Kebijakan Manajerial..... 108

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Hubungan antara Tingkat Kepuasan Pelanggan, Harapan dan Kinerja dari Suatu Produk…….....	21
Gambar 2.2.	Manfaat Kepuasan…….....	22
Gambar 2.3.	Diagram Kartesius.....	27
Gambar 2.4.	Desain Penelitian.....	29
Gambar 2.5.	Dimensi Sarana.....	37
Gambar 2.6.	Dimensi Prasarana.....	38
Gambar 2.7.	Dimensi Montir.....	39
Gambar 2.8.	Dimensi Karyawan.....	40
Gambar 2.9	Dimensi Prosedur.....	41
Gambar 3.1.	Diagram Kartesius.....	54
Gambar 4.1.	Diagram kartesius pemosisian tingkat kepuasan pelanggan atas Dimensi Sarana bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo.....	92
Gambar 4.2.	Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Dimensi Prasarana Bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo.....	95
Gambar 4.3.	Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Dimensi Kualitas Montir Bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo……...	97
Gambar 4.4.	Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Karyawan Bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo……...	99
Gambar 4.5.	Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Dimensi Kualitas Prosedur Bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo.....	101

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bangsa Indonesia merupakan bangsa yang besar yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 200 juta orang dan merupakan sebuah bangsa yang memiliki pasar yang potensial bagi produsen otomotif. Industri otomotif merupakan salah satu industri yang berkembang pesat di Indonesia. Namun dalam perkembangannya, industri otomotif dihadapkan pada persoalan yang sangat kompleks, yakni harga bahan bakar minyak (BBM) dan dibatasinya bahan bakar minyak bersubsidi bagi kendaraan pribadi baik roda empat (4) maupun roda dua (2). Hal ini pasti berdampak pada penjualan produk otomotif di Indonesia. Banyak masyarakat mulai berpikir ulang untuk memilih jenis produk otomotif yang irit bahan bakar dan efisien yang layak untuk dimiliki oleh masyarakat Indonesia

Dalam perkembangan teknologi sepeda motor, Honda merupakan salah satu perusahaan yang mengedepankan kualitas dalam setiap produknya termasuk dalam pelayanan kepada customer purna jual sepeda motor. Bengkel Honda jumlahnya yang cukup banyak letaknya juga tersebar di berbagai daerah di Indonesia yang dipilih sesuai dengan jumlah penyebaran sepeda motor Honda dan kebutuhan akan perlunya layanan purna jual yang baik. PT Astra Honda Motor sebagai pilar utama dari seluruh jaringan AHASS merupakan perusahaan yang menjalankan fungsi produksi, penjualan dan pelayanan purna jual yang lengkap untuk kepuasan pelanggan dan memiliki visi untuk menjadi salah satu penggerak

pasar sebagai perusahaan sepeda motor di Indonesia dalam hal kepuasan pelanggan sebagai kekuatan utama yang diiringi dan dipandu oleh nilai-nilai bersama. Serta memiliki misi untuk menyediakan solusi yang melebihi harapan pelanggan dengan nilai yang terbaik dari sepeda motor dan relasi produknya, serta memberikan keuntungan kepada pelanggan sebagai stakeholders.

Untuk itulah Honda menyediakan bengkel AHASS yang tersebar diseluruh penjuru tanah air termasuk AHASS CV. Marabunta Motor. Bengkel resmi CV. Marabunta Motor yang berlogo H2 pada eksteriornya, selalu.memberikan kepuasan bagi konsumen sepeda motor Honda. Jaringan Pemeliharaan (H2) adalah bagian dari PT. Astra Honda Motor yang salah satu tugasnya adalah sebagai layanan purna jual. Beberapa hal yang dilakukan antara lain : menjadi yang terbaik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan (Customer Satisfaction) yaitu dengan memberikan perbaikan dan pelayanan terbaik di bengkel resmi Honda.

CV. Marabunta Motor yang terletak di Jalan Kyai Muntang Wonosobo merupakan salah satu bengkel resmi sepeda motor Honda atau AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) yang melayani servis sepeda motor dari semua tipe merk Honda serta penjualan suku cadang sepeda motor Honda.

Dari data yang diperoleh dari manajemen diketahui bahwa jumlah pelanggan bengkel AHASS CV. Marabunta Motor fluktuatif untuk setiap bulannya, hal ini dirasa oleh manajemen bengkel banyak pelanggan bengkel yang dirasa masih kurang loyal dalam melakukan servis dengan melihat tabel berikut ini :

Tabel 1.1

DATA PELANGGAN BENGKEL
(TAHUN 2009)

Bulan	Pelanggan Lama	Pelanggan Baru
Januari	213	280
Februari	228	243
Maret	222	341
April	199	356
Mei	211	363
Juni	230	324
Juli	206	390
Agustus	210	389
September	198	460
Oktober	240	414
November	232	377
Desember	225	422

Sumber : CV. Marabunta Motor 2010

Penyampaian layanan yang berkualitas dewasa ini dianggap suatu strategi yang essensial agar perusahaan sukses dan dapat bertahan. Penerapan manajemen kualitas dalam industri jasa menjadi kebutuhan pokok apabila ingin berkompetisi di pasar domestik apalagi di pasar global. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler, 2000). Berdasarkan definisi tersebut, kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. pelanggan baru akan merasa puas apabila kinerja layanan yang diperolehnya sama atau melebihi harapannya dan sebaliknya, ketidakpuasan atau perasaan kecewa pelanggan akan muncul apabila kinerja layanan yang diperolehnya itu tidak sesuai dengan harapannya.

Kualitas pelayanan secara umum dapat dibentuk oleh lima variable yaitu :

1. *Tangible* (keterwujudan)
2. *Reliability* (kehandalan)
3. *Responsiveness* (daya tanggap)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Emphaty* (empati)

Meskipun variabel kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman et,al (1990) tersebut telah terbukti valid diberbagai industri namun variabel tersebut tetap saja memiliki kekurangan terutama di dalam penerapannya kepada industri jasa. Bahkan Charman (1990) menyatakan bahwa variabel-variabel tersebut tidaklah cukup bagi penerapannya dalam suatu bidang pelayanan jasa karena ada beberapa variabel kualitas pelayanan yang hanya khusus dimiliki

oleh suatu bidang tertentu. Selain hal tersebut, kekurangan pengetahuan dan pengalaman mengenai harapan dari konsumen yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan bengkel tersebut. Untuk mengatasi kelemahan dari variabel-variabel dalam kualitas layanan yang telah dkembangkan oleh Parasuraman et.al (1990) dalam kaitannya dengan penerapannya pada industri jasa perbengkelan maka sebuah metode alternatif untuk mengukur kualitas pelayanan dalam penelitian ini akan disarankan pada kepentingan-kinerja. Hal ini merupakan sesuatu yang lebih beralasan untuk mengasumsikan bahwa ketika para pelanggan mengevaluasi pengalaman mereka terhadap pelayanan bengkel, mereka mungkin menempatkan kepentingan yang berbeda dalam criteria yang berbeda. Martial dan James (1997) mengembangkan sebuah gambaran dua dimensi yang menunjukkan pentingnya penilaian kepentingan dan kinerja bagi atribut-atribut yang digunakan untuk mengukur atau menilai kualitas terhadap sebuah pelayanan yang khusus.

Pada penelitian ini akan dikembangkan dimensi variabel kualitas layanan yang sesuai dengan keadaan bengkel CV. Marabunta Motor, diantaranya adalah sarana, prasarana, montir, karyawan dan prosedur bengkel.

1.2 Perumusan Masalah

Dalam industri jasa, pelanggan berharap untuk mendapatkan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan. Dilain pihak pemberi jasa juga mempunyai standar kualitas dalam memberikan jasanya, pelanggan sebagai pelanggan mempunyai harapan yang mungkin berbeda dengan pemberi layanan.

Data menunjukkan bahwa jumlah pelanggan lama dan baru fluktuatif. Banyak pelanggan baru yang hanya menservis sebanyak 1-2 kali. Melihat hal ini pihak bengkel perlu melakukan evaluasi terhadap pelayanan yang telah diberikan selama ini. Selain itu kemungkinan besar disebabkan oleh ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dan kinerja dari bengkel tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan yang diteliti dalam tesis ini dapat dirumuskan sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan bengkel terhadap kinerja bengkel CV. Marabunta Motor ditinjau dari kesenjangan jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis kualitas layanan CV. Marabunta Motor Wonosobo. Sehingga diharapkan setelah mengetahui bagaimana tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja dari kualitas layanan CV. Marabunta Motor Wonosobo, dapat diketahui pula faktor-faktor pelayanan apa saja paling dominan untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan. Setelah mengetahui faktor-faktor apa saja yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan maka pihak pengelola bengkel CV. Marabunta Motor dapat menentukan dimana perubahan kebijakan akan dibuat untuk menciptakan perbaikan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain :

1. Bagi pihak bengkel CV. Marabunta Motor, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam membuat kebijakan baru mengenai pelayanan dan kinerjanya terhadap pelanggan.
2. Bagi akademis, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian yang akan datang.

BAB II

TELAAH PUSTAKA, IDENTIFIKASI KEBIJAKAN PERUSAHAAN & PENGEMBANGAN MODEL EMPIRIS

2.1 Jasa

Jasa merupakan suatu hasil yang digunakan melalui aktifitas dalam keterkaitan diantara pemasok dan pelanggan dan melalui aktifitas internal pemasok, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan fisik maupun non fisik.

Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lainnya, dimana pada dasarnya merupakan sesuatu yang tidak berwujud. Suatu produk atau hasil dari jasa mungkin saja ataupun berkaitan dengan fisik. (Kotler, 2000)

Berbagai faktor yang mendorong pertumbuhan sektor jasa, yaitu:

1. Perubahan-perubahan demografi
    a. Harapan hidup yang meningkat, menyebabkan peningkatan populasi golongan lansia. Sektor ini menciptakan permintaan baru terhadap hiburan dan perjalanan, di samping perawatan dan pemeliharaan kesehatan.

b. Pergeseran struktural dalam masyarakat mempengaruhi dimana dan bagaimana gaya hidup seseorang. Pengembangan kota dan daerah baru akan meningkatkan kebutuhan infrastruktur dan jasa pendukung.

2. Perubahan-perubahan sosial.
   a. Meningkatnya jumlah pekerja wanita dalam angkatan kerja.
   b. Pekerja wanita dan pengelola rumah tangga yang menghasilkan dua pendapatan, akan menciptakan permintaan yang besar terhadap jasa-jasa konsumen, termasuk jasa pengecer dan lain-lainnya.
3. Perubahan-perubahan ekonomi
   a. terjadinya globalisasi.
   b. meningkatnya spesialisasi dalam ekonomi.
4. Perubahan-perubahan dalam politik dan hukum
   a. Perkembangan dalam sektor pemerintahan.
   b. Peningkatan dalam hubungan internasional antar negara.

2.1.1 Sifat dan Klasifikasi Jasa

Sektor jasa sangatlah bervariasi, sehingga untuk mempermudahnya dilakukan penggolongan berdasarkan klasifikasi (Kotler, 2000), yaitu:

1. Barang berwujud fisik murni (A Pure Tangible Goods)

   Penawaran akan suatu barang dimana tidak ada jasa yang menyertainya, sebagai contoh adalah sabun, pasta gigi, garam.
2. Barang berwujud dengan jasa pendamping (A Tangible with Accompanying Services)

Penawaran suatu barang disertai dengan satu atau lebih jasa untuk mempertinggi daya tarik bagi konsumen. Contohnya adalah mobil, komputer, dll.

3. Hibrid (A hybrid)

   Dimana komposisi penawaran suatu barang dengan jasa yang menyertainya adalah seimbang, seperti restoran yang menawarkan makanan dan minuman dengan jasa pelayanannya.

4. Jasa utama dengan barang dan jasa pendamping (A Major Srevice with Accompanying Minor Goods and Services)

   Suatu penawaran dimana jasa lebih utama disertai dengan jasa tambahan atau barang sebagai faktor penunjang. Contohnya adalah jasa transportasi dengan pesawat terbang, dimana selama perjalanan dalam pesawat, disuguhkan makanan atau minuman dan majalah.

5. Jasa murni (A pure Services)

   Penawaran akan suatu jasa murni, seperti pengasuh bayi, jasa psikiater.

2.1.2 Karakteristik Jasa

Dalam Kottler, Amstrong (2001, 376) menyatakan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan empat karakteristik jasa tertentu, keempat karakteristik tersebut yaitu :

1. *Intangibility* (tidak berwujudnya jasa).

   Jasa berbeda dengan barang, barang merupakan suatu obyek, alat atau benda sedangkan jasa adalah perbuatan atau usaha. Jasa bersifat tidak nyata dalam arti tidak dapat disentuh, dilihat atau dirasakan sampai saat

konsumsi. Konsep *intangible* pada jasa memiliki pengertian untuk mengurangi ketidakpastian yang ada, para pelanggan atau pengguna jasa umumnya memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas jasa. Mereka menyimpulkan kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, harga yang mereka lihat dan yang lainnya.

2. Inseparability (ketidakterpisahan jasa).

Maksudnya adalah jasa tidak dapat dipisahkan dari penyedianya, apakah penyedia tadi adalah orang atau mesin. Bila karyawan jasa menyediakan jasa, maka karyawan itu merupakan bagian dari jasa. Karena pelanggan turut hadir saat jasa itu diproduksi, interaksi penyedia jasa pelanggan adalah sifat khusus dari pemasaran jasa. Baik penyedia jasa maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil jasa.

c. *Variability* (Keragaman jasa).

Kualitas jasa akan sangat bervariasi tergantung dari siapa yang memberikan, kapan dan dimana diberikan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan memilih. Dalam hal ini penyedia jasa dapat melakukan tiga tahap dalam pengendaliam kualitasnya :

- Melakukan seleksi personal dengan baik.
- Melakukan standarisasi proses pelaksanaan jasa di seluruh organisasi.

- Memantau kepuasan pelanggan melalui system saran dan keluhan, *survey* pelanggan sehingga layanan kurang baik bisa dideteksi dan segera dibenahi.

4. *Perishability* (tidak tahan lama).

Maksudnya suatu jasa tidak dapat disimpan untuk penjualan atau pemakaian yang akan datang. Tidak tahan lamanya jasa bukanlah masalah apabila permintaan selalu ada, akan tetapi jika permintaan berfluktuatif perusahaan jasa sering mengalami kesulitan. Oleh karena itu perusahaan jasa seringkali merancang strategi agar lebih baik menyesuaikan permintaan dan penawarannya.

2.1.3 Strategi Pemasaran Jasa

Beberapa strategi dalam menghasilkan kesesuaian antara permintaan dan penawaran dalam bisnis jasa, yaitu :

1. Sisi Permintaan, meliputi :
   1) Penetapan harga yang berbeda (*Differential Pricing*) akan menggeser beberapa permintaan dari periode puncak ke periode sepi. Contoh : pemberian diskon pada jam tertentu atau hari tertentu.
   2) Permintaan bukan puncak (*Non Peak*) dapat ditingkatkan.
   3) Jasa pelengkap (*Complentary Services*) dapat dikembangkan selama masa puncak untuk menyediakan alternatif bagi pelanggan yang sedang menunggu. Contoh : penyediaan minuman dan makanan kecil self-service.

4) Sistim reservasi atau pemesanan awal (*Booking Services*) merupakan suatu cara untuk mengelola permintaan.

2. Sisi penawaran, meliputi :

1) Karyawan paruh waktu (*part-timer*) untuk melayani saat-saat dimana permintaan puncak.

2) Efisiensi kegiatan rutin saat periode puncak, dimana karyawan hanya melakukan tugas-tugas penting saja selama periode puncak.

3) Jasa bersama (*Shared Services*).

4) Fasilitas bagi ekspansi di masa mendatang.

Bisnis jasa tidak dapat dikelola hanya dengan menggunakan pendekatan pemasaran tradisional. Faktor suasana, tata letak dan rambu-rambu dapat mempengaruhi sikap pelanggan. Sikap tersebut nampak dalam bentuk pleasure maupun arousal.

2.2 Kualitas Pelayanan

Salah satu cara untuk membedakan sebuah perusahaan jasa adalah dengan memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten atau dengan cara memenuhi harapan atau melebihi dari harapan pelanggan. Ekspektasi pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut dan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam membeli jasa, pelanggan berdasarkan hal ini dan setelah menerima jasa maka pelanggan akan membandingkan jasa yang diterima dengan jasa yang diharapkan. Apabila jasa yang diterima oleh pelanggan tidak dapat mencapai

ekspektasi pelanggan maka pelanggan tidak akan berminat lagi pada penyedia jasa tersebut, sedangkan apabila jasa yang diterima oleh pelanggan melebihi ekspektasi pelanggan maka pelanggan cenderung akan menggunakan kembali penyedia jasa tersebut (Kotler, 2000).

Kualitas pelayanan merupakan totalitas bentuk dari karakteristik barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi (Kotler, 2000). Kualitas layanan jasa dapat juga diukur dengan melihat seberapa jauhnya efektifitas layanan jasa dapat mempertipis kesenjangan antara harapan dengan kenyataan layanan jasa yang diberikan.

Menurut Zeithaml dan Bitner, (1996) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. Responsiveness

   Kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik. Contohnya, kecepatan karyawan dalam menangani keluhan para pelanggan bengkel, kecepatan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan, kesigapan karyawan yang bertugas untuk mengatur parkir.

2. Reliability (keandalan)

   Kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Contohnya, keterampilan karyawan dalam

menangani administrasi, kemampuan karyawan dalam menangani keluhan pelanggan terhadap sepeda motornya secara cepat.

3. Empathy

   Rasa peduli untuk memberikan perhatian kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan serta kemudahan untuk dihubungi. Contohnya, memberikan pelayanan yang ramah dan sopan, adanya perhatian karyawan terhadap pelanggan, adanya pemberian informasi oleh montir seputar keadaan kendaraan pelanggan.

4. Assurance (jaminan)

   Pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko. Contohnya, kemampuan montir dalam memperbaiki kendaraan pelanggan, keamanan di lingkungan bengkel, keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan, ketepatan montir dalam memperbaiki kendaraan karyawan.

5. Tangibles (bukti langsung)

   Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi. Contohnya, kenyamanan ruang tunggu, fasilitas ruang tunggu, penampilan karyawan dan montir, kebersihan toilet, areal parkir, adanya ruang penyimpanan bagi kendaraan yang telah selesai diservis.

Dimensi kualitas diatas dapat dijadikan dasar bagi pelaku bisnis untuk mengetahui apakah ada kesenjangan (gap) atau perbedaan antara harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka terima. Harapan pelanggan sama dengan keinginan pelanggan yang ditentukan oleh informasi yang mereka terima dari

mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal melalui iklan dan promosi.

Jika kesenjangan antara harapan dan kenyataan cukup besar, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengetahui apa yang diinginkan oleh pelanggannya.

Dari penjelasan diatas, maka dalam penelitian ini dikembangkan dimensi yang dapat mewakili kualitas pelayanan di bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo diantaranya adalah, sarana, prasarana, karyawan, montir dan prosedur kerja bengkel.

2.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Konsep operasional kepuasan pelanggan dimulai pada pertengahan 1970an, tepatnya di tahun 1977 ketika laporan konferensi tentang konseptualitasasi dan pengukuran kepuasan pelanggan dipublikasikan pertama kali (Hunt, 1977 dalam Tjiptono dkk, 2008). Kata Kepuasan (*satisfaction*) sendiri berasal dari bahasa latin *"satis"* (artinya cukup baik) dan *"facio"* (melakukan). Kepuasan dapat diartikan sebagai "upaya pemenuhan sesuatu" atau "membuat sesuatu memadai".

Kepuasan (*satisfaction*) adalah peraasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler & Keller, 2007). Untuk mendefinisikan kepuasan pelanggan sebenarnya tidaklah mudah, karena pelanggan memiliki berbagai macam karakteristik, baik pengetahuan , kelas sosial , pengalaman , pendapatan

maupun harapan. Misalnya, seorang pelanggan baru ingin mencoba masakan tertentu dari sebuah restoran. Sebelum melakukan pembelian, pelanggan baru tersebut pasti memiliki harapan bahwa dia akan dilayani secara baik, pelayannya ramah, cepat tanggap dan masakan yang ingin dicobanya enak. Jika harapan pelanggan ini sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Tetapi bila yang dialami dan dirasakan pelanggan tidak sesuai dengan harapannya, misal pelayanannya tidak ramah, tidak tanggap dan masakannya tidak enak, sudah dapat dipastikan pelanggan tidak merasa puas.

Dari contoh diatas, kepuasan pelanggan dapat diketahui setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa pelayanan. Dengan kata lain kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (outcome) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan (dalam Zulian Yamit, 2005 : 78).

Umumnya faktor-faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan. Zeithaml et al, 1993 dalam Tjiptono, 2001 melakukan penelitian khusus dalam sektor jasa dan mengemukakan bahwa harapan pelanggan terhadap kualitas suatu jasa terbentuk oleh beberapa faktor berikut :

1. *Enduring Services Intensifiers*

   Faktor ini merupakan faktor yang bersifat stabil dan mendorong pelanggan untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Faktor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang tentang jasa.

2. *Personal needs*

   Kebutuhan yang dirasakan seseorang mendasar bagi kesejahteraannya juga sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologis.

3. *Transitory Service Intensifier*

   faktor ini merupakan faktor individual yang bersifat sementara (jangka pendek) yang meningkatkan sesnsitivitas pelanggan terhadap jasa. Contoh, jasa terakhir yang diterima pelanggan dapat pula menjadi acuannya untuk menentukan baik-buruknya jasa berikutnya.

4. *Perceived Service Alternatives*

   Perceived Service Alternative merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternatif, maka harapannya terhadap suatu jasa cenderung semakin besar.

5. *Self-Perceived Service Roles*

   Faktor ini adalah persepsi pelanggan tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya. Jika konsumen terlibat dalam proses pemberian jasa dan jasa yang terjadi

ternyata tidak begitu baik, maka pelanggan tidak menimpakan kesalahan sepenuhnya kepada pemberi jasa. Oleh karena itu, persepsi tentang derajat keterlibatannya ini akan mempengaruhi tingkat jasa/pelayanan yang bersedia diterimanya.

6. *Situasional Factors*

   Faktor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi inerja jasa, yang berada diluar kendali penyedia jasa.

7. *Explicit Service Promises*

   Faktor ini merupakan pernyataan (secara personal maupun non personal) oleh organisasi tentang jasanya kepada pelanggan. Janji ini bisa berupa iklan, personal selling, perjanjian atau komunikasi dengan karyawan organisasi tersebut.

8. *Implicit Service Promises*

   Faktor ini menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan bagi pelanggan tentang jasa yang bagaimana yang seharusnya dan yang akan diberikan. Petunjuk yang memberikan gambaran jasa ini meliputi biaya untuk memperolehnya (harga) dan alat-alat pendukung jasanya. Pelanggan biasanya menghubungkan harga dan peralatan (*tangible asset*) pendukung jasa dengan kualitas jasa. Harga yang mahal dihubungkan secara positif dengan kualitas yang tinggi.

9. *Word Of Mouth* (Rekomendasi)

   Word Of Mouth merupakan pernyataan (secara personal maupun non personal) yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi (*servoce*

provider) kepada pelanggan. *Word Of Mouth* ini biasanya cepat diterima oleh pelanggan karena yang menyampaikan adalah mereka yang dapat dipercayainya, seperti para ahli, teman, keluarga dan publikasi media.

10. *Past Experience*

    Pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya masa lalu.

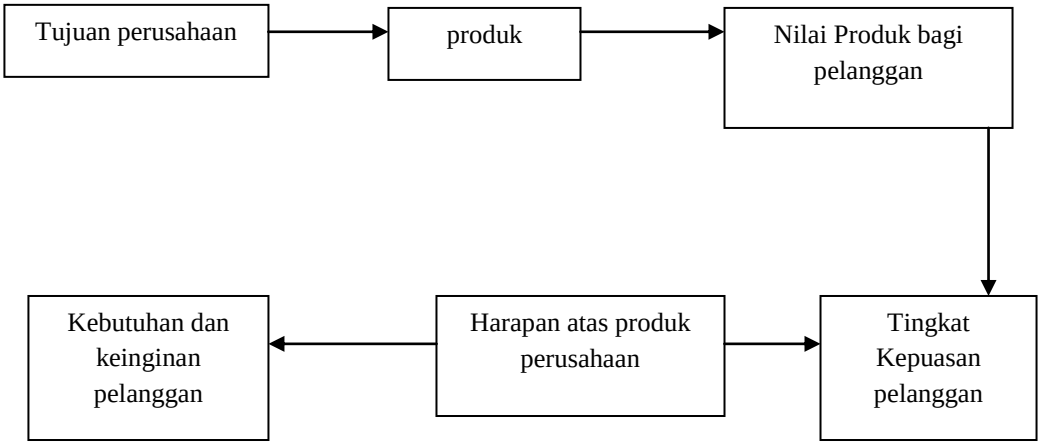
Apabila harapan pelanggan lebih besar daripada yang mereka dapatkan, maka akan timbul rasa tidak puas terhadap perusahaan tersebut. Sebaliknya, jika perusahaan menetapkan harapan pelanggan terlalu rendah maka akan banyak orang tidak membeli produknya, meskipun semua pelangganya puas. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan untuk membentuk harapan pelanggan yang diselaraskan dengan kinerja perusahaannya.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono dan Chandra, 2005). Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003). Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggannya.

Untuk lebih jelasnya, hubungan antara tingkat kepuasan pelanggan, harapan dan kinerja dari suatu produk dapat dilihat dari konsep kepuasan pelanggan berikut ini :

Gambar 2.1

Hubungan antara Tingkat Kepuasan Pelanggan, Harapan dan Kinerja dari Suatu Produk



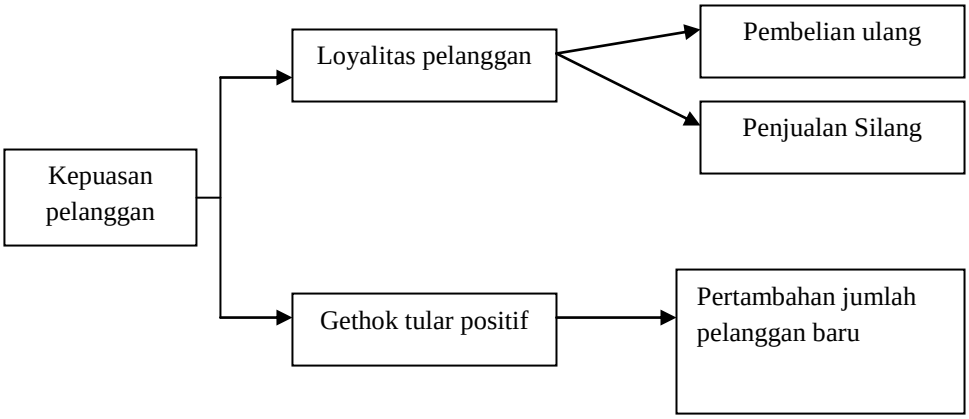
Sumber : Assauri, 2003

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara pelanggan dan pihak bengkel menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang dari pelanggan dan terciptanya loyalitas, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut *(Word of Mouth)* yang menguntungkan bagi bengkel.

Secara garis besar, kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan gethok tular positif seperti yang ditunjukkan pada gambar ini :

Gambar 2.2

Manfaat Kepuasan



Sumber : Tjiptono dkk, 2008

Berdasarkan dari beberapa definisi mengenai kepuasan pelanggan diatas maka pada penelitian ini mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan pelanggan dimana apa yang telah diperoleh dari pemberi jasa sesuai dengan apa yang telah diharapkan pelanggan.

2.3.1 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan telah menjadi hal yang sangta esensial bagi setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Langkah tersebut diharapkan dapat memberikan umpan balik dan masukan untuk keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Kotler (2000) mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, metode tersebut antara lain:

1. Sistem pengaduan

   Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan dan bentuk ketidak puasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Setiap saran dan keluhan yang masuk harus menjadi perhatian bagi perusahaan, sebab saran dan keluhan itu pada umumnya dilandasi oleh pengalaman mereka dan hal ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap perusahaan.

2. Survey pelanggan

   Survey pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakuakan dengan cara :

   a. *Directly Reported Satisfaction*

      Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan kepada responden untuk mengetahui apakah merekasangat puas, puas, cukup puas, tidak puas atau sangat tidak puas terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan.

b. *Derived Dissactifaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal, yaitu besarnya harapan konsumen terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. Problem Analysis

Responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu masalah yang dihadapi berkaitan dengan penawaran perusahaan, dan saran untuk perbaikan bagi perusahaan.

d. Importance performance analysis

Responden diminta untuk merangking berbagai atribut dari penawaran berdasarkan tingkat kepentingan/harapan mereka terhadap atribut tersebut. Selain itu responden juga dimintaa untuuk merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing atribut tersebut. Maka dalam penelitian ini akan menggunakan IPA untuk memetakan kepuasan pelanggan.

3. *Ghost Shopping*

Perusahaan dapat mengirimkan orang untuk berpura-pura menjadi pembeli produk mereka maupun produk dari pesaingnya pembeli pura-pura ini dapat mengajukan suatu masalah pada wiraniaga yang bertugas dan melihat bagaimana cara mereka menyelesaikan masalah tersebut.

4. Metode Pelaporan Keluhan

Pelanggan secara langsung ditanya tentang keluhan yang mereka rasakan dan penilaian mereka tentang produk perusahaan tersebut.

Implikasi dari pengukuran kepuasan pelanggan tersebut adalah pelanggan dilibatkan dalam pengembangan produk atau jasa dengan cara mengidentifikasi apa yang dibutuhkan pelanggan. Hal ini berbeda dengan pelanggan dalam konsep tradisional, dimana mereka tidak dalam pengembangan produk, karena mereka berada diluar sistem.

Tujuan untuk melibatkan pelanggan dalam pengembangan produk dan jasa adalah agar perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan, bahkan jika mungkin melebihi harapan pelanggan. Persepsi yang akurat mengenai harapan pelanggan merupakan hal yang perlu, namun tidak cukup untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Perusahaan harus mewujudkan harapan pelanggan ke dalam desain dan standar kepuasan pelanggan. Desain dan standar kepuasan pelanggan dikembangkan atas dasar harapan konsumen dan prioritasnya.

2.3.2 Membangun Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dibangun melalui kualitas layanan dan dapat ditingkatkan melalui beberapa pendekatan sebagai berikut (Kotler, 2000) :

a) Memperkecil kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
b) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dan misi dalam perbaikan proses layanan.
c) Memberi kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan.
d) Mengembangkan penerapan prinsip-prinsip *accountable*, *proactive* dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

2.4. Importance Performance Analysis

Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martila dan James pada yahun 1977. Metode ini dimaksudkan sebagai kerangka kerja didalam memahami kepuasan pelanggan sebagai fungsi dari *expectation* (importance atau kepentingan) terkait dengan suatu atribut serta penilaian pelanggan terhadap kinerja organisasi (performance) dilihat dari atribut terkait (Magal dan Levenburg, 2005). Setiawan (2007), mengatakan bahwa metode IPA mampu memberikan informasi penting kepada pengelola industri jasa baik berupa ukuran kepuasan pelanggan maupun alokasi sumberdaya secara efisien, keduanya dalam format yang mdah diterapkan.

Secara umum langkah-langkah IPA adalah sebagai berikut (Magal and Levenburg, 2005) :

1. Pertama mengidentifikasikan elemen – elemen / aspek – aspek kritis yang akan dievaluasi.
2. Mengembangkan instrumen survey yang digunakan untuk mendapatkan penilaian tingkat kepentingan serta kinerja dari elemen – elemen / aspek – aspek yang diperoleh di langkah sebelumnya.
3. menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan serta kinerja masing-masing elemen.
4. rata-rata nilai tingkat kepentingan serta kinerja tersebut kemudian diplot ke dalam matriks dua dimensi ;biasanya sumbu vertikal mewakili nilai rata-rata tingkat kepentingan dan sumbu horizontal mewakili nilai rata-rata tingkat kinerja.

Gambar 2.3.

Diagram Kartesius

Y Kepentingan

PRIORITAS UTAMA A	PERTAHANKAN PRESTASI B
PRIORITAS RENDAH C	BERLEBIHAN D

X

Pelaksanaan (Kinerja/Kepuasan)

Sumber : Supranto (2006)

Dari penerapan IPA dihasilkan empat kuadran yang berisi empat kemungkinan kelompok aspek-aspek yang diteliti, yaitu :

1. Kuadran A, “prioritas utama” berarti memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kepentingan namun memiliki skor yang rendah dari sisi kinerja. Hasil ini menunjukkan letak ketidakpuasan para pelanggan.
2. Kuadran B, “pertahankan prestasi” berarti memliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan asek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang yang diangap penting oleh pelanggan.
3. Kuadran C, “prioritas rendah” berarti baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk dalam

kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen dimasa-masa mendatang.

4. Kuadran D, “berlebihan” berarti skor tingkat kepentingan rendah namun skor kinerja tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa organisasi terlalu banyak terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumbernya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek didalam kategori ini dapat dialihkan kepada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.

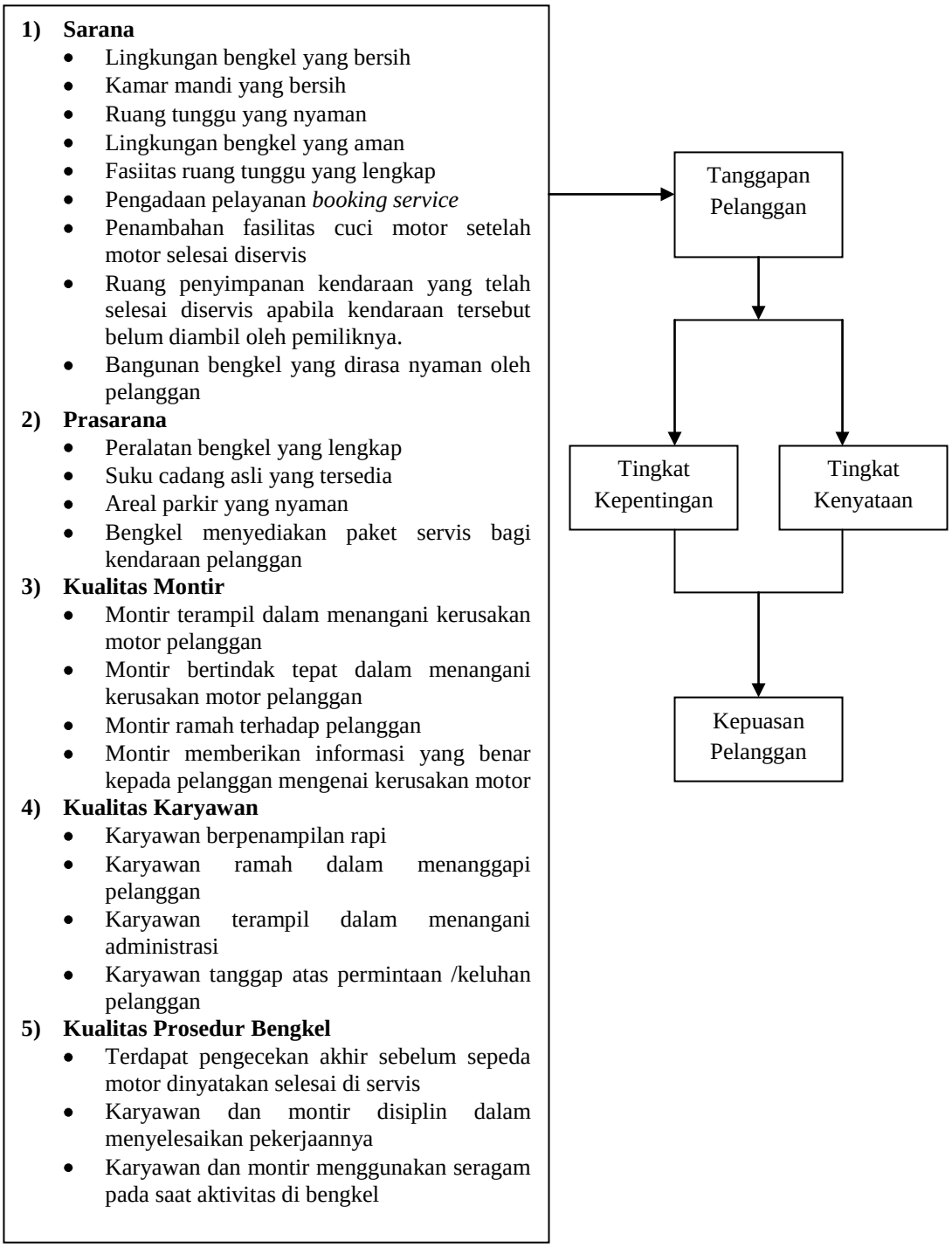
2.5. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini desain yang dipergunakan adalah riset deskriptif sesuai dengan tujuan penelitian untuk menguraikan sifat-sifat dari suatu keadaan. Data yang diperlukan akan diperoleh berdasarkan atas perumusan masalah yang ada dalam BAB I.

Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, penelitian akan didasarkan pada data kualitatif dan kuantitatif, yang mana data ini akan dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan langsung kepada pelanggan. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan format likert, dengan skala 1-5, masing-masing untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggan. Angka 1 menunjukkan bahwa atribut tersebut sangat tidak penting atau sangat tidak setuju. Sedangkan angka 5 menunjukkan atribut tersebut adalah sangat penting atau sangat setuju.untuk mengukur data yang dikumpulkan dari hasil kuesioner tersebut, akan digunakan *Importance-Performance Analysis.*

Gambar 2.4.

Desain Penelitian



2.6 Identifikasi Kebijakan Perusahaan

2.6.1 Identifikasi kebijakan Kualitas Sarana

Indikator dimensi sarana yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor adalah sebagai berikut :

2.6.1.1 Lingkungan bengkel yang bersih

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan Lingkungan Bengkel yang bersih adalah dengan menjaga kebersihan bengkel.

2.6.1.2 Kamar mandi yang bersih

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan kamar mandi yang bersih adalah dengan menjaga kebersihan kamar mandi bengkel dengan menugaskan seorang karyawan yang membersihkan kamar mandi secara rutin.

2.6.1.3 Ruang tunggu yang nyaman

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan Ruang tunggu yang nyaman adalah dengan menyediakan ruang tunggu bengkel yang nyaman bagi pelanggan bengkel.

2.6.1.4 Lingkungan bengkel yang aman

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan lingkungan bengkel yang aman adalah dengan membuat lingkungan bengkel yang aman bagi pelanggan bengkel.

2.6.1.5 Fasilitas ruang tunggu yang lengkap

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan Ruang tunggu yang lengkap adalah dengan menyediakan ruang tunggu bengkel yang lengkap bagi pelanggan bengkel dengan menyediakan majalah, televisi dan kursi tunggu yang nyaman.

2.6.1.6 Pengadaan pelayanan *booking service*

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan pelayanan booking service adalah dengan menyediakan pelayanan booking service yang berguna untuk kenyamanan bagi pelanggan bengkel.

2.6.1.7 Penambahan fasilitas cuci motor setelah motor selesai diservis

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan penambahan fasilitas cuci motor adalah dengan menyediakan pelayanan cuci motor bagi kendaraan yang telah diservis.

2.6.1.8 Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai di servis apabila kendaraan tersebut belum diambil oleh pelanggan

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan ruang penyimpanan kendaraan adalah dengan menyediakan ruang penyimpanan bagi kendaraan yang telah selesai diservis tetapi belum diambil oleh pemiliknya.

2.6.1.9 Bangunan bengkel yang dirasa nyaman oleh pelanggan

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan bangunan bengkel yang nyaman adalah dengan

menyediakan bangunan bengkel yang memberi rasa nyaman bagi pelanggan bengkel.

2.6.2 Identifikasi kebijakan Kualitas Prasarana

Indikator dimensi Prasarana yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor adalah sebagai berikut :

2.6.2.1 Peralatan bengkel yang lengkap

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan peralatan bengkel yang lengkap adalah dengan menyediakan peralatan servis yang lengkap.

2.6.2.2 Suku cadang asli yang tersedia

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan suku cadang asli yang tersedia adalah dengan menyediakan suku cadang asli bagi kendaraan bermotor.

2.6.2.3 Areal parkir yang nyaman

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan areal parkir yang nyaman adalah dengan menyediakan areal parkir yang cukup untuk menampung dan nyaman bagi pelanggan bengkel.

2.6.2.4 Bengkel menyediakan paket servis bagi kendaraan pelanggan

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan menyediakan paket servis adalah dengan menyediakan paket servis bagi kendaraan pelanggan sesuai keinginan pelanggan.

2.6.3 Identifikasi kebijakan Kualitas Montir

Indikator dimensi montir yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor adalah sebagai berikut :

2.6.3.1 Montir terampil dalam menangani kerusakan motor pelanggan

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan montir yang terampil adalah setiap montir harus terampil dalam menangani kendaraan bermotor pelanggan.

2.6.3.2 Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor pelanggan

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan sepeda motor pelanggan adalah montir harus bertindak tepat dalam menangani kerusakan sepeda motor pelanggan.

2.6.3.3 Montir ramah terhadap pelanggan

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan montir yang ramah adalah setiap montir harus ramah dalam melayani pelanggan bengkel.

2.6.3.4 Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan motor

Kebijakan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor terkait dengan montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan adalah setiap montir haruslah menjelaskan kerusakan atas sepeda motor

pelanggan dan memberikan informasi yang benar dalam perbaikan sepeda motor pelanggan.

2.6.4 Identifikasi kebijakan Kualitas Karyawan

Indikator dimensi karyawan yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor adalah sebagai berikut :

2.6.4.1 Karyawan berpenampilan rapi

Kebijakan yang dilakukan oleh CV. Marabunta Motor terkait dengan pakaian karyawan yang rapi adalah setiap karyawan diwajibkan menggunakan seragam yang telah ditentukan oleh CV. Marabunta Motor.

2.6.4.2 Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan

Kebijakan yang dilakukan oleh CV. Marabunta Motor terkait dengan keramahan karyawan dalam menanggapi pelanggan adalah setiap karyawan dianjurkan untuk melayani keluhan pelanggan dengan ramah dan sopan.

2.6.4.3 Karyawan terampil dalam menangani administrasi

Kebijakan CV. Marabunta Motor terkait dengan keterampilan karyawan dalam menagani administrasi adalah karyawan yang bertugas mengurusi administrasi diharapkan cekatan dalam pekerjaannya agar pelanggan tidak lama menunggu saat mengurus administrasinya.

2.6.4.4 Karyawan tanggap atas permintaan /keluhan pelanggan

Kebijakan CV. Marabunta Motor terkait dengan karyawan yang tanggap atas keluhan pelanggan adalah setiap karyawan supaya dapat

dengan cepat menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan dan cepat memberikan solusi bagi pelanggan tersebut.

2.6.5 Identifikasi kebijakan Kualitas Prosedur Bengkel

Indikator dimensi prosedur bengkel yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor adalah sebagai berikut :

2.6.5.1 Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis

Kebijakan CV. Marabunta Motor terkait dengan terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis adalah terdapatnya mekanik ahli yang mengecek secara final sepeda motor pelanggan yang telah selesai di servis.

2.6.5.2 Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya

Kebijakan CV. Marabunta Motor terkait karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya adalah keseriusan dan kedisiplinan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya masing-masing.

2.6.5.3 Karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat aktivitas di bengkel

Kebijakan CV. Marabunta Motor terkait dengan penggunaan seragam oleh karyawan dan montir adalah karyawan dan montir wajib menggunakan seragam yang telah ditentukan pada waktu bekerja dimaksudkan untuk keseragaman/kerapian bagi karyawan dan montir .

2.7 Dimensionalisasi

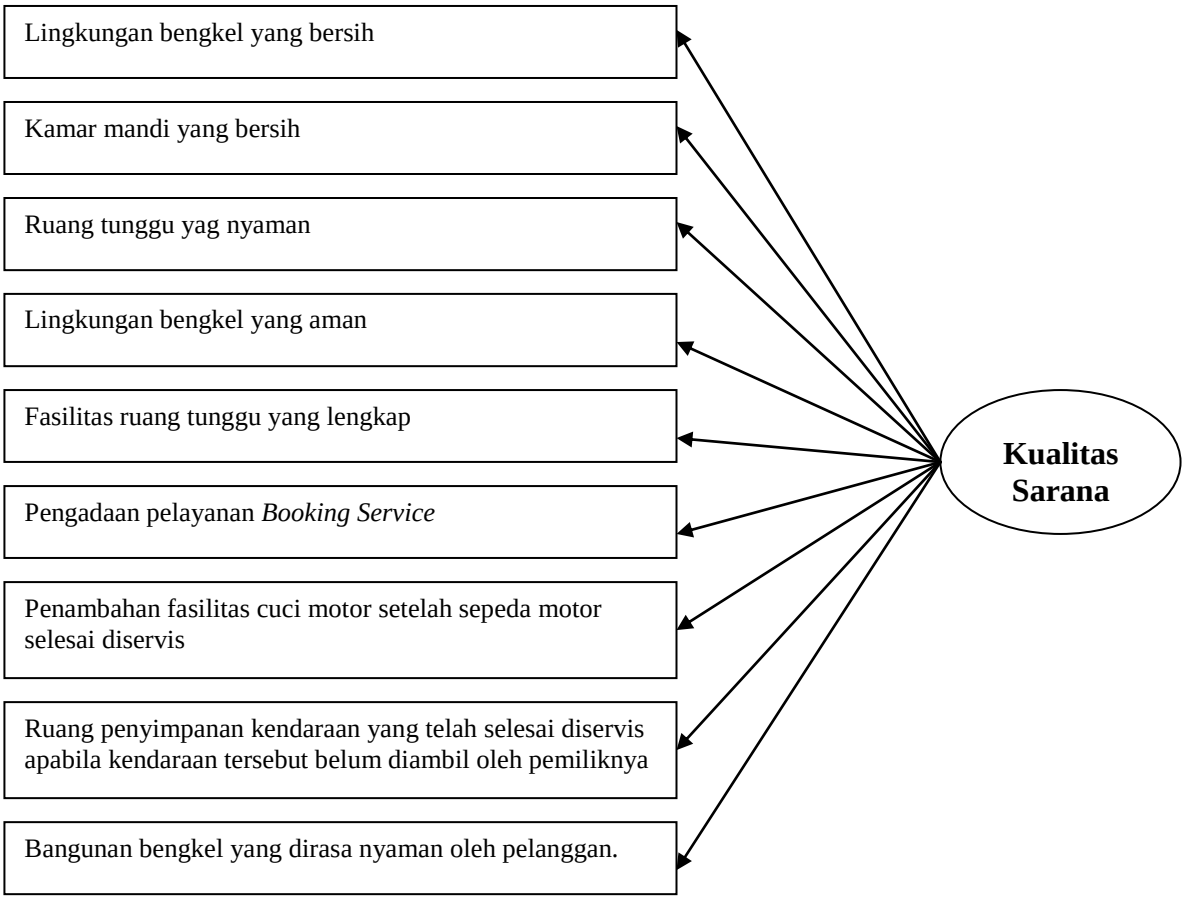
2.7.1 Dimensi Kualitas Sarana

Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat/media dalam mencapai maksud atau tujuan. Sarana bengkel mencakup peralatan bengkel yang diperlukan guna menjalankan fungsi untuk meningkatkan mutu dan relevansi hasil produk dan layanannya.

Dimensi sarana meliputi beberapa indikator antara lain

1. Lingkungan bengkel yang bersih.
2. Kamar mandi yang bersih
3. Ruang tunggu yang nyaman
4. Lingkungan bengkel yang aman
5. Fasilitas ruang tunggu yang lengkap
6. Pengadaan pelayanan *Booking Service*
7. Penambahan fasilitas cuci motor setelah sepeda motor selesai diservis.
8. Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis apabila kendaraan tersebut belum diambil oleh pemiliknya.
9. Bangunan bengkel yang dirasa nyaman oleh pelanggan.

Gambar 2.5
Dimensi Kualitas Sarana



2.7.2 Dimensi Kualitas Prasarana

Prasarana adalah perangkat penunjang utama suatu proses. Pada kenyataannya tersedianya prasarana yang memadai baik dalam kualitas maupun kuantitas mampu mendukung terlaksananya tujuan yang diinginkan.

Prasarana dapat dibagi menjadi dua, yaitu

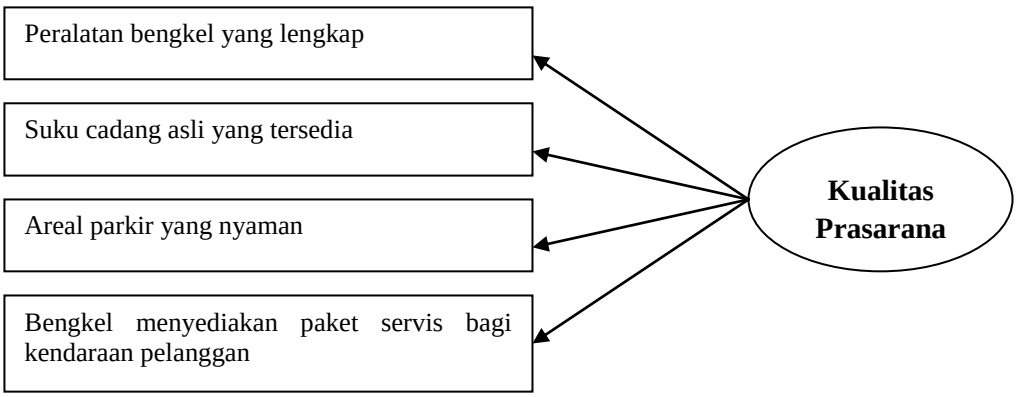
1) Prasarana bangunan. Mencakup lahan dan bangunan gedung baik untuk tempat servis, penyimpanan suku cadang.
2) Prasarana umum berupa air, sanitasi, drainase, listrik, instalasi pipa, areal parkir.

Dimensi prasarana meliputi beberapa indikator antara lain :

1. Peralatan bengkel yang lengkap
2. Suku cadang asli yang tersedia
3. Areal parkir yang nyaman
4. Bengkel menyediakan paket servis bagi kendaraan pelanggan

Gambar 2.6

Dimensi Kualitas Prasarana

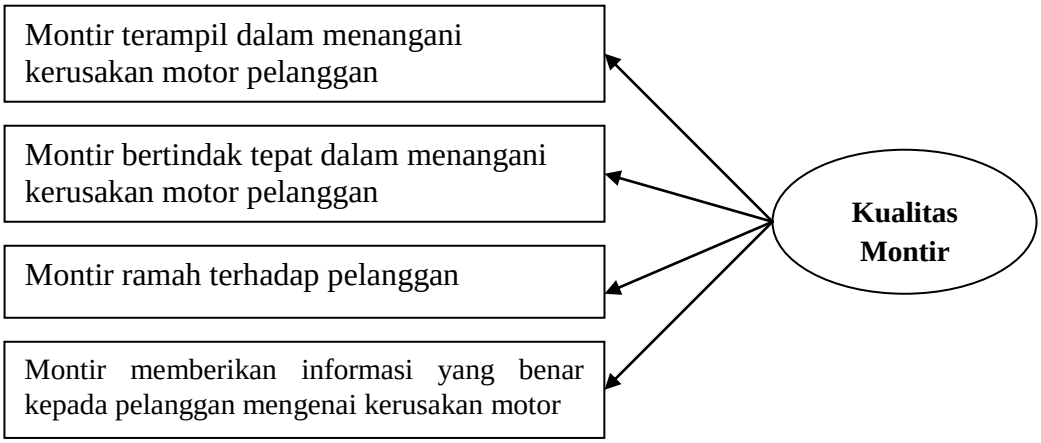


2.7.3 Dimensi Kualitas Montir

Dimensi Montir ditunjukkan dengan beberapa indikator, antara lain :

1. Montir terampil dalam menangani kerusakan motor pelanggan
2. Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor pelanggan
3. Montir ramah terhadap pelanggan
4. Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan motor

Gambar 2.7
Dimensi Kualitas Montir



2.7.4 Dimensi Kualitas Karyawan

Pegawai atau karyawan adalah golongan masyarakat, yang melakukan penghidupannya dengan bekerja dalam kesatuan organisasi, baik kesatuan kerja pemerintah maupun swasta.

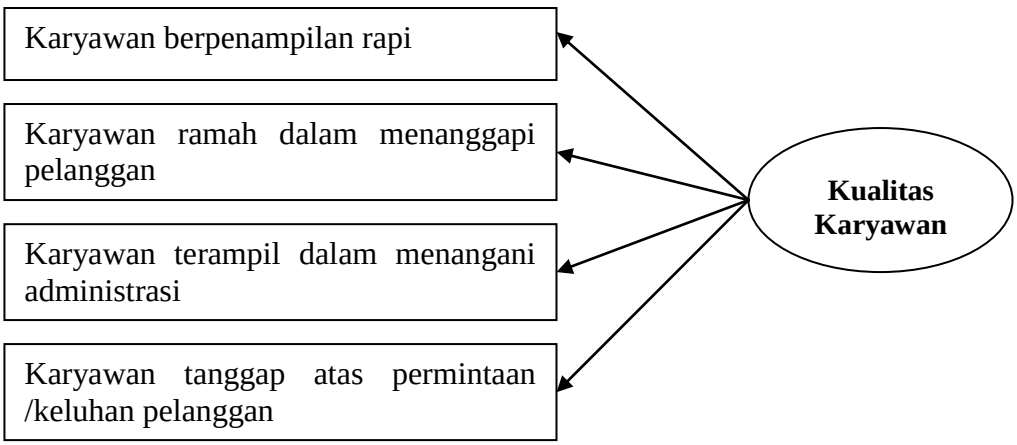
Kualitas karyawan akan sangat mempengaruhi kelancaran dari pelayanan terhadap pelanggan dalam bidang administrasi. Jelas sekali pengetahuan dan keterampilan dari tenaga administrasi harus sangat diperhatikan apabila suatu instansi/ perusahaan menginginkan pelanggan dapat terpuaskan.

Dimensi karyawan meliputi indikator diantaranya adalah :

1. Karyawan berpenampilan rapi
2. Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan
3. Karyawan terampil dalam menangani administrasi
4. Karyawan tanggap atas permintaan /keluhan pelanggan

Gambar 2.8

Dimensi Kualitas Karyawan



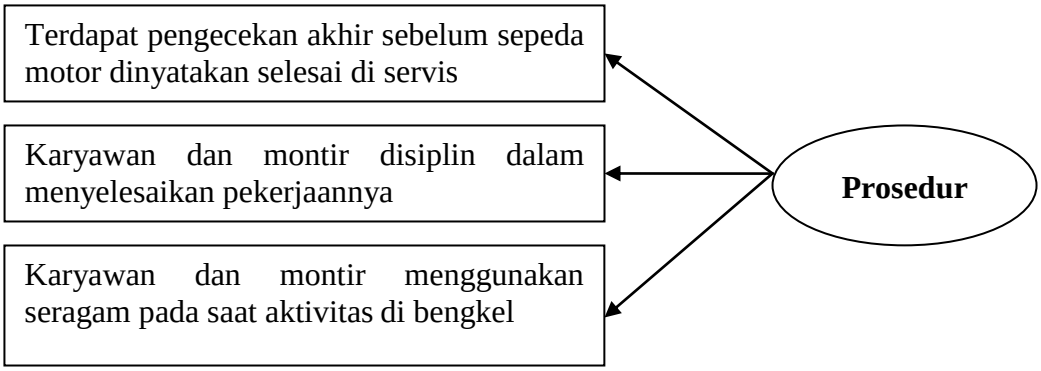
2.7.5 Dimensi Kualitas Prosedur

Prosedur adalah suatu standar/pedoman tertulis yang dipergunakan untuk mendorong dan menggerakkan suatu kelompok untuk mencapai tujuan organisasi. Dalam menjalankan operasional perusahaan , peran pegawai memiliki kedudukan dan fungsi yang sangat signifikan. Oleh karena itu diperlukan standar-standar operasi prosedur sebagai acuan kerja secara sungguh-sungguh untuk menjadi sumber daya manusia yang profesional, handal sehingga dapat mewujudkan visi dan misi perusahaan.

Dimensi prosedur meliputi beberapa indikator, antara lain :

1. Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis
2. Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya
3. Karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat aktivitas di bengkel

Gambar 2.9
Dimensi Prosedur



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan riset deskriptif. Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang akurat mengenai tingkat kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian berkaitan dengan sumber data dan pemilihan metode yang digunakan untuk memperoleh data penelitian. Penentuan metode pengumpulan data dipengaruhi oleh jenis dan sumber data penelitian yang dibutuhkan.

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diambil secara langsung oleh peneliti dari sumber asli, tidak melalui perantara. Data primer dalam penelitian ini secara khusus dikumpulkan oleh peneliti dan berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yaitu pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo.

Data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan dari literatur dan jurnal yang mendukung dengan penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 1999). Populasi penelitian ini adalah pelanggan bengkel yang berkunjung pada bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi (Singarimbun, dkk, 1998). Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada alat analisis yang digunakan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis,* ukuran sampel/responden yang ditentukan dengan rumus berikut ini :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{581}{1 + 581\ 10\%\ ^2} = 85,3 = 86$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang diambil adalah minimal 86 responden. Peneliti akan menyebar kuesioner sebanyak 100 kuesioner untuk mengantisipasi apabila ada kuesioner yang tidak kembali. Penetapan sampel akan diambil secara proporsional dan secara acak.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam usaha pengumpulan data digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1) Studi Kepustakaan

   Yaitu penelitian yang dilakukan dengan membaca literatur seperti buku bacaan, majalah ilmiah, baik yang diperoleh dari kuliah maupun yang diperoleh dari perpustakaan dan sumber lainnya. Data yang diperoleh dari cara ini merupakan data tambahan sebagai pendukung atau sering disebut sebagai data sekunder.

2) Penelitian Lapangan

   Yaitu penelitian yang dilakukan langsung kepada sumber-sumber yang terkait untuk memperoleh data tentang bentuk-bentuk pelayanan yang diberikan dan sikap pelanggan terhadap setiap bentuk pelayanan tersebut. Dalam melakukan penelitian lapangan, penulis melakukan :

   a. Wawancara

      Penulis melakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo.

   b. Kuesioner

      Penelitian ini dilakukan dengan mengisi instrumen atau alat penelitian berupa pengisian kuesioner secara perseorangan yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan kepada para pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo. Teknik ini memberikan tanggung jawab kepada masing-masing responden untuk menjawab

setiap pertanyaan yang diajukan peneliti setelah mereka mendapatkan penjelasan mengenai tujuan penelitian dan pertanyaan yang kurang dimengerti oleh responden. Kuesioner yang disebar ke responden adalah kuesioner dengan format Lkert, yang terdiri dari skala 1-5, dimana setiap responden diminta menilai tingkat kepentingan dan kepuasan berdasarkan kinerja bengkel.

Kebaikan dari penggunaan skala Likert adalah adanya keragaman nilai (*variability of score*) sebagai akibat penggunaan skala yang berkisar dari 1-5. Dengan adanya dimensi mutu yang tercermin dalam daftar pertanyaan pada kuesioner, memungkinkan pelanggan mengekspresikan tingkat pendapat mereka dalam pelayanan maupun produk yang mereka terima sehingga lebih mendekati kenyataan sebenarnya (Supranto, 2006).

Metode pengumpulan data kuesioner dilakukan dengan cara *self administered survey,* yaitu suatu survey yang meminta responden untuk mengisi sendiri kuesioner yang diberikan (Burns & Bush, 2000). Cara pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan *drop-off survey* yaitu kuesioner ditinggalkan kepada responden untuk diisi dan peneliti akan kembali beberapa saat untuk mengambil kuesioner yang telah diisi. Kuesioner yang disebarkan sebanyak 100 lembar untuk mengantisipasi apabila ada kusioner yang tidak kembali atau tidak valid.

Menurut Burns & Bush (2000) metode ini memiliki beberapa keunggulan serta kelemahan. Keunggulan tersebut meliputi :

1. *Reduced cost*

   Mengurangi biaya karena tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membayar pewawancara atau pealatan wawancara seperti telepon dan komputer.

2. *Respondent Control*

   Responden bisa mengontrol laju respon mereka dan mereka tidak merasa tergesa-gesa, sehingga lebih santai dalam mengisi kuesioner.

3. *No Interviewer-evaluation apprehension*

   Dengan metode ini maka tidak akan muncul penelitian subyektif dari pewawancara.

Kelemahan metode ini adalah :

1. Besar kemungkinan responden tidak menyelesaikan survei, menjawab dengan salah atau bahkan mengembalikan kuesioner.
2. Jika responden salah memahami atau tidak mengikuti arahan, besar kemungkinan mereka merasa frustasi dan berhenti mengisi kuesioner.

   Untuk menghindari kelemahan tersebut maka pengecekan isian jawaban responden dilakukan secara langsung pada saat kuesioner telah selesai diisi, dengan memperhatikan hal-hal berikut :

   1. Apakah ada pertanyaan yang belum dijawab.
   2. apakah ada pertanyaan yang jumlahnya melebihi permintaan, misalnya responden memilih dua jawaban untuk pertanyaan yang hanya meminta satu jawaban.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui/menganalisis sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, Saifuddin, 1992). Untuk melakukan analisis validitas data digunakan uji Korelasi Product Moment. Suatu indikator dikatakan valid apabila besarnya nilai signifikansi < 0.05.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, Saifuddin, 1992). Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha (a).* Suatu konstanta dikatakan reliable jika memberikan nilai *alpha cronbach* > 0.6 (Ghozali, Imam, 2005).

3.6 Teknik Analisis Data

Suatu penelitian membutuhkan analisa data dan interpretasi, yang bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkapkan fenomena sosial tertentu. Teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini *Importance Performance Analysis (IPA)* (Supranto, 2006) atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja / Kepuasan Pelanggan.

Jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat bila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya perusahaan

seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan.

Menurut Kotler (1997: 95) dalam Kaihatu (2008), jasa dapat diperingkat menurut kepentingan pelanggan (*Costumer Importance*) dan kinerja perusahaan (*Company* Performance). Kepentingan diperingkat dengan skala lima titik, seperti : sangat penting, penting, cukup penting, tidak penting dan sangat tidak penting. Sedangkan kinerja juga diperingkat dengan skala lima titik yaitu sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dalam pelaksanaan penelitian, metode ini akan digunakan untuk menganalisa secara deskriptif kualitas jasa, dilihat berdasarkan tingkat kesesuaian antara jasa yang diharapkan dengan jasa yang diterima oleh pelanggan. Perhitungan atas tingkat kesesuaian antara *performance* dan harapan dihitung dengan rumus (Supranto, 2006) :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} x100\%$$

Keterangan :

Tk_i : tingkat kesesuaian responden

X_i : skor penilaian kinerja perusahaan

Y_i : skor penilaian kepentingan pelanggan

Dalam upaya memperoleh interpretasi secara terukur atas tingkat kepuasan pelanggan, perlu ditetapkan suatu asumsi yang semata-mata bersifat *judgemental approach* yang secara logik dapat diterima.

Tabel. 3.1.
Pengukuran Tingkat Kesesuaian / Kepuasan Pelanggan

NO	Atribut Pengukuran	Skor		Tki (%)
		Kinerja Bengkel	Harapan Pelanggan	
1	Lingkungan bengkel yang bersih	X1	Y1	X1/Y1 x 100%
2	Kamar mandi yang bersih	X2	Y2	X2/Y2 x 100%
3	Ruang tunggu yang nyaman	X3	Y3	X3/Y3 x 100%
4	Lingkungan bengkel yang aman	X4	Y4	X4/Y4 x 100%
5	Fasiitas ruang tunggu yang lengkap	X5	Y5	X5/Y5 x 100%
6	Pengadaan pelayanan *booking service*	X6	Y6	X6/Y6 x 100%
7	Penambahan fasilitas cuci motor setelah motor selesai diservis	X7	Y7	X7/Y7 x 100%
8	Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis apabila kendaraan tersebut belum diambil oleh pemiliknya.	X8	Y8	X8/Y8 x 100%
9	Bangunan bengkel yang dirasa nyaman oleh pelanggan	X9	Y9	X9/Y9 x 100%
10	Peralatan bengkel yang lengkap	X10	Y10	X10/Y10 x 100%
11	Suku cadang asli yang tersedia	X11	Y11	X11/Y11 x 100%
12	Areal parkir yang nyaman	X12	Y12	X12/Y12 x 100%
13	Bengkel menyediakan paket servis bagi kendaraan pelanggan	X13	Y13	X13/Y13 x 100%
14	Montir terampil dalam menangani kerusakan motor pelanggan	X14	Y14	X14/Y14 x 100%
15	Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor pelanggan	X15	Y15	X15/Y15 x 100%
16	Montir ramah terhadap pelanggan	X16	Y16	X16/Y16 x 100%
17	Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan dan part yang seharusnya diganti	X17	Y17	X17/Y17 x 100%
18	Karyawan berpenampilan rapi	X18	Y18	X18/Y18 x 100%
19	Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan	X19	Y19	X19/Y19 x 100%
20	Karyawan terampil dalam menangani administrasi	X20	Y20	X20/Y20 x 100%

21	Karyawan tanggap atas permintaan /keluhan pelanggan	X21	Y21	X21/Y21 x 100%
22	Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis	X22	Y22	X22/Y22 x 100%
23	Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya	X23	Y23	X23/Y23 x 100%
24	Karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat aktivitas di bengkel	X24	Y24	X24/Y24 x 100%

Selanjutnya untuk sumbu mendatar (X) merupakan alat skor untuk jasa yang dirasakan, sedangkan untuk sumbu tegak (Y) merupakan alat skor untuk jasa yang diharapkan. Skor-skor tersebut akan disederhanakan untuk mendapatkan nilai rata-rata masing-masing faktor. Adapun rumus untuk menyederhanakan masing-masing faktor adalah sebagai berikut (Supranto, 2006) :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

Xi = Skor penilaian jasa yang dirasakan

Yi = Skor penilaian jaa yang diharapkan

$\bar{X}$ = Skor rata-rata penilaian jasa yang dirasakan

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata penilaian jasa yang diharapkan

n = Jumlah sampel

Adapun pengkategorian hasil perhitungan nilai rata-rata tingkat kenyataan atau tingkat kepuasan pelanggan terhadap atribut faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah (Tabel 3.2) :

A. Kelas tertinggi = 5

Kelas terendah = 1

B. Lebar Interval $= \frac{JarakPengukuran}{Jumlahkelas} x20\%$

$= \frac{NilaiTertinggi - NilaiTerendah}{JumlahKelas} x20\%$

$= \frac{5-1}{5} x20\%$

= **16%**

Tabel 3.2

Perhitungan Kategorisasi Kepuasan Pelanggan

No	Nilai (%)	Kategorisasi
1	20,1 - 36	Sangat Tidak Memuaskan
2	36,1 - 52	Tidak Memuaskan
3	52,1 - 68	Cukup Memuaskan
4	68,1 - 84	Memuaskan
5	84,1 - 100	Sangat Memuaskan

Dari perhitungan pengkategorian kepuasan pelanggan terhadap atribut faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dapat diwujudkan dalam bentuk tabel berikut ini :

Tabel 3.3
Kategorisasi Kepuasan Pelanggan

NO	Atribut Pengukuran	Skor		Y	X	Kategori
		Kinerja Bengkel	Harapan Pelanggan			
1	Lingkungan bengkel yang bersih	X1	Y1			
2	Kamar mandi yang bersih	X2	Y2			
3	Ruang tunggu yang nyaman	X3	Y3			
4	Lingkungan bengkel yang aman	X4	Y4			
5	Fasiitas ruang tunggu yang lengkap	X5	Y5			
6	Pengadaan pelayanan *booking service*	X6	Y6			
7	Penambahan fasilitas cuci motor setelah motor selesai diservis	X7	Y7			
8	Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis apabila kendaraan tersebut belum diambil oleh pemiliknya					
9	Bangunan bengkel yang dirasa nyaman oleh pelanggan	X8	Y8			
10	Peralatan bengkel yang lengkap	X9	Y9			
11	Suku cadang asli yang tersedia	X10	Y10			
12	Areal parkir yang nyaman	X11	Y11			
13	Bengkel menyediakan paket servis bagi kendaraan pelanggan	X12	Y12			
14	Montir terampil dalam menangani kerusakan motor pelanggan	X13	Y13			
15	Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor pelanggan	X14	Y14			
16	Montir ramah terhadap pelanggan	X15	Y15			
17	Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan	X16	Y16			

	mengenai kerusakan dan part yang seharusnya diganti					
18	Karyawan berpenampilan rapi	X17	Y17			
19	Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan	X18	Y18			
20	Karyawan terampil dalam menangani administrasi	X19	Y19			
21	Karyawan tanggap atas permintaan /keluhan pelanggan	X20	Y20			
22	Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis	X21	Y21			
23	Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya	X22	Y22			
24	Karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat aktivitas di bengkel	X23	Y23			

3.6.1 Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi menjadi empat kuadran yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X,Y), dimana X merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kinerja seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan Y merupakan nilai rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal tersebut diatas digunakan untuk mengetahui posisi masing-masing atribut sarana, prasarana, montir, karyawan dan tata tertib bengkel dalam digram kartesius, dengan cara mencari rata-rata dari jumlah skor rata-rata dari kinerja bengkel dan tingkat kepentingan pelanggan terhadap tiap-tiap atribut sarana, prasarana, montir, karyawan dan tata tertib

bengkel. Adapun rumus untuk menghitung nilai dari tingkat kinerja dan tingkat kepentingan adalah sebagai berikut:

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum \bar{X}}{K} \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum \bar{Y}}{K}$$

Dimana :

$\bar{X}$ = skor rata-rata penilaian jasa yang dirasakan

$\bar{Y}$ = skor rata-rata penilaian jasa yang diharapkan

$\bar{\bar{X}}$ = rata-rata dari rata-rata penilaian jasa yang dirasakan

$\bar{\bar{Y}}$ = rata-rata dari rata-rata penilaian jasa yang diharapkan

K = Jumlah atau faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Setelah dilakukan penghitungan dari masing-masing atribut yang dilakukan dengan rumus diatas, selanjutnya akan diukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap sarana, prasarana montir, karyawan dan prosedur bengkel dengan dimasukkannya ke dalam masing-masing kuadran yang terdapat pada diagram kartesius yang ditunjukkan pada gambar berikut ini :

Gambar 3.1
Diagram Kartesius

Y (Harapan/Importance)

PRIORITAS UTAMA A	PERTAHANKAN PRESTASI B
PRIORITAS RENDAH C	BERLEBIHAN D

x

Pelaksanaan (Kinerja/Performance)

Sumber : Supranto (2006)

Keterangan :

1. Kuadran A, “prioritas utama” berarti memiliki skor yang tinggi dari sisi tingkat kepentingan namun memiliki skor yang rendah dari sisi kinerja. Hasil ini menunjukkan letak ketidakpuasan para pelanggan.
2. Kuadran B, “pertahankan prestasi” berarti memliki skor yang tinggi baik dari sisi tingkat kepentingan maupun kinerjanya. Aspek-aspek pada kategori ini merupakan asek-aspek yang ideal, karena ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki keunggulan di bidang yang diangap penting oleh pelanggan.
3. Kuadran C, “prioritas rendah” berarti baik skor tingkat kepentingan maupun kinerja bernilai rendah. Aspek-aspek yang termasuk dalam kelompok ini dapat diabaikan dari perhatian manajemen dimasa-masa mendatang.
4. Kuadran D, “berlebihan” berarti skor tingkat kepentingan rendah namun skor kinerja tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa organisasi terlalu banyak terfokus pada aspek-aspek yang berdampak kecil terhadap kepuasan pelanggan, sehingga sumbernya yang semula dialokasikan pada aspek-aspek didalam kategori ini dapat dialihkan kepada aspek-aspek lain yang memiliki skor tingkat kepentingan tinggi namun kinerjanya rendah.

BAB IV
ANALISIS DATA

4.1 Pendahuluan

Data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) yang sebelumnya telah ditentukan pada BAB III.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas ini dilakukan untuk menguji / menganalisis sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Untuk melakukan analisis validitas data digunakan uji korelasi product moment. Suatu indikator dikatakan valid apabila besarnya nilai signifikansi <0,05.

Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistic *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk dapat dikatakan reliable jika memberikan nilai alpha cronbach > 0,6 (Ghozali, 2001). Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas menggunakan software SPSS Statistic versi 17.

4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Dimensi Sarana

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi sarana. Hasil dari pengujian ini disajikan pada table 4.1 berikut ini :

Tabel 4.1
Hasil pengujian validitas dan reliabilitas indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi sarana

Indikator	Kepentingan			Kinerja		
	Koef. Korelasi	Sig.	Alpha	Koef. Korelasi	Sig.	Alpha
X1	0.615	0.000	0.838	0.713	0.000	0.846
X2	0.694	0.000		0.719	0.000	
X3	0.623	0.000		0.651	0.000	
X4	0.587	0.000		0.454	0.000	
X5	0.687	0.000		0.739	0.000	
X6	0.679	0.000		0.701	0.000	
X7	0.669	0.000		0.718	0.000	
X8	0.673	0.000		0.638	0.000	
X9	0.757	0.000		0.726	0.000	

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan data yang tersaji pada table 4.1 diatas diketahui bahwa koefisien korelasi dari indikator kepentingan dan kinerja dimensi sarana menunjukkan bahwa semua indikator berkorelasi POSITIF dan signifikan secara statistik, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini valid.

Sedangkan dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa besarnya nilai alpha cronbach untuk indikator kepentingan dan kinerja dimensi sarana adalah >0,6 sehingga dapat pula disimpulkan bahwa indikator tersebut adalah reliabel.

4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Dimensi Prasarana

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi Prasarana. Hasil dari pengujian ini disajikan pada table 4.2 berikut ini :

Tabel 4.2
Hasil pengujian validitas dan reliabilitas indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi Prasarana

Indikator	Kepentingan			Kinerja		
	Koef. Korelasi	Sig.	Alpha	Koef. Korelasi	Sig.	Alpha
X10	0.676	0.000	0.735	0.554	0.000	0.751
X11	0.842	0.000		0.835	0.000	
X12	0.772	0.000		0.843	0.000	
X13	0.694	0.000		0.763	0.000	

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan data yang tersaji pada table 4.2 diatas diketahui bahwa koefisien korelasi dari indikator kepentingan dan kinerja dimensi Prasarana menunjukkan bahwa semua indikator berkorelasi POSITIF dan signifikan secara statistik, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini valid.

Sedangkan dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa besarnya nilai alpha cronbach untuk indikator kepentingan dan kinerja dimensi Prasarana adalah >0,6 sehingga dapat pula disimpulkan bahwa indikator tersebut adalah reliabel.

4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Dimensi Kualitas Montir

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi kualitas montir. Hasil dari pengujian ini disajikan pada table 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3
Hasil pengujian validitas dan reliabilitas indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi kualitas montir

Indikator	Kepentingan			Kinerja		
	Koef. Korelasi	Sig.	Alpha	Koef. Korelasi	Sig.	Alpha
X14	0.845	0.000	0.780	0.813	0.000	0.801
X15	0.863	0.000		0.793	0.000	
X16	0.739	0.000		0.791	0.000	
X17	0.674	0.000		0.770	0.000	

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan data yang tersaji pada table 4.3 diatas diketahui bahwa koefisien korelasi dari indikator kepentingan dan kinerja dimensi kualitas montir menunjukkan bahwa semua indikator berkorelasi POSITIF dan signifikan secara statistik, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini valid.

Sedangkan dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa besarnya nilai alpha cronbach untuk indikator kepentingan dan kinerja dimensi kualitas montir adalah >0,6 sehingga dapat pula disimpulkan bahwa indikator tersebut adalah reliabel.

4.2.4 Uji validitas dan reliabilitas Dimensi Kualitas Karyawan

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi kualitas karyawan. Hasil dari pengujian ini disajikan pada table 4.3 berikut ini :

Tabel 4.4
Hasil pengujian validitas dan reliabilitas indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi kualitas karyawan

Indikator	Kepentingan			Kinerja		
	Koef. Korelasi	Sig.	Alpha	Koef. Korelasi	Sig.	Alpha
X18	0.659	0.000	0.728	0.705	0.000	0.823
X19	0.655	0.000		0.844	0.000	
X20	0.792	0.000		0.828	0.000	
X21	0.850	0.000		0.866	0.000	

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan data yang tersaji pada table 4.4 diatas diketahui bahwa koefisien korelasi dari indikator kepentingan dan kinerja dimensi kualitas karyawan menunjukkan bahwa semua indikator berkorelasi POSITIF dan signifikan secara statistik, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini valid.

Sedangkan dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa besarnya nilai alpha cronbach untuk indikator kepentingan dan kinerja dimensi kualitas karyawan adalah >0,6 sehingga dapat pula disimpulkan bahwa indikator tersebut adalah reliabel.

4.2.5 Uji validitas dan Reliabilitas Dimensi Kualitas Prosedur Bengkel

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi kualitas prosedur bengkel Hasil dari pengujian ini disajikan pada table 4.3 berikut ini :

Tabel 4.5
Hasil pengujian validitas dan reliabilitas indikator pengukur kepentingan dan kinerja dimensi kualitas prosedur bengkel

Indikator	Kepentingan			Kinerja		
	Koef. Korelasi	Sig.	Alpha	Koef. Korelasi	Sig.	Alpha
X22	0.781	0.000	0.668	0.903	0.000	0.853
X23	0.770	0.000		0.844	0.000	
X24	0.776	0.000		0.864	0.000	

Sumber : data primer yang diolah, 2010

Berdasarkan data yang tersaji pada table 4.5 diatas diketahui bahwa koefisien korelasi dari indikator kepentingan dan kinerja dimensi kualitas prosedur bengkel menunjukkan bahwa semua indikator berkorelasi POSITIF dan signifikan secara statistik, hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi <0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini valid.

Sedangkan dari hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa besarnya nilai alpha cronbach untuk indikator kepentingan dan kinerja dimensi kualitas prosedur bengkel adalah >0,6 sehingga dapat pula disimpulkan bahwa indikator tersebut adalah reliabel.

4.3. Analisis Tingkat Kesesuian / Kepuasan Pelanggan

Analisis tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan dilakukan dengan membandingkan skor kepentingan/ harapan pelanggan dan skor kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas item pertanyaan dari dimensi penelitian. Hasil analisis kesesuaian / kepuasan pelanggan pada masing-masing dimensi diuraikan sebagai berikut ini.

4.3.1. Dimensi Sarana

4.3.1.1. Lingkungan bengkel yang bersih

Pelanggan yang menilai bahwa lingkungan bengkel "sangat penting" ada sebanyak 30 orang, yang menilai "penting" sebanyak 69 orang dan yang menilai "cukup penting" hanya 1 orang.

Tabel 4.6
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap lingkungan bengkel yang bersih

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	7	14
Cukup Penting	3	1	3	Cukup Setuju	3	19	57
Penting	4	69	276	Setuju	4	50	200
Sangat Penting	5	30	150	Sangat Setuju	5	24	120
Jumlah		**100**	**429**	**Jumlah**		**100**	**391**

Sumber : Data Primer yang diolah, 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator lingkungan bengkel yang bersih yang disajikan dalam tabel 4.6 diatas, maka dapat ditentukan tingkat

kesesuaian / kepuasan pelanggan atas lingkungan bengkel yang bersih sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \text{ x } 100\ \% = \frac{391}{429} \text{ x } 100\ \% = 91{,}14\ \%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap lingkungan bengkel yang bersih adalah sebesar 91,14 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap lingkungan bengkel yang bersih dapat dipertahankan kinerjanya.

4.3.1.2. Kamar mandi yang bersih

Pelanggan yang menilai bahwa kamar mandi "sangat penting" ada sebanyak 34 orang, yang menilai "penting" sebanyak 63 orang, yang menilai "cukup penting" hanya 3 orang.

Tabel 4.7
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap lingkungan bengkel yang bersih

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	3	8
Cukup Penting	3	3	9	Cukup Setuju	3	19	57
Penting	4	63	252	Setuju	4	63	252
Sangat Penting	5	34	170	Sangat Setuju	5	14	70
Jumlah		**100**	**431**	**Jumlah**		**100**	**388**

Sumber : Data Primer yang diolah, 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator kamar mandi yang bersih yang disajikan dalam tabel 4.7 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas kamar mandi yang bersih sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{388}{431} x100\% = 90,02\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap kamar mandi yang bersih adalah sebesar 90,02 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap kamar mandi yang bersih dapat dipertahankan kinerjanya.

4.3.1.3. Ruang tunggu yang nyaman

Pelanggan yang menilai bahwa ruang tunggu "sangat penting" ada sebanyak 40 orang, yang menilai "penting" sebanyak 47 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 13 orang.

Tabel 4.8
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap ruang tunggu yang nyaman

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	6	12
Cukup Penting	3	13	39	Cukup Setuju	3	18	54
Penting	4	47	188	Setuju	4	57	228
Sangat Penting	5	40	200	Sangat Setuju	5	19	95
Jumlah		**100**	**427**	**Jumlah**		**100**	**389**

Sumber : Data Primer yang diolah, 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator ruang tunggu yang nyaman yang disajikan dalam tabel 4.8 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas ruang tunggu yang nyaman sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{389}{427} x100\% = 91,10\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap ruang tunggu yang nyaman adalah sebesar 91,10 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap ruang tunggu yang nyaman dapat dipertahankan kinerjanya.

4.3.1.4. Lingkungan Bengkel Yang Aman

Pelanggan yang menilai bahwa Lingkungan Bengkel "sangat penting" ada sebanyak 35 orang, yang menilai "penting" sebanyak 55 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 10 orang.

Tabel 4.9
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan terhadap lingkungan bengkel yang aman

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	7	14
Cukup Penting	3	10	30	Cukup Setuju	3	26	78
Penting	4	55	220	Setuju	4	48	192
Sangat Penting	5	35	175	Sangat Setuju	5	18	90
Jumlah		**100**	**425**	**Jumlah**		**100**	**375**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator lingkungan bengkel yang aman yang disajikan dalam tabel 4.9 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas lingkungan bengkel yang aman sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{375}{425} x100\% = 88,23\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap lingkungan bengkel yang aman adalah sebesar 88,23%, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan

pelanggan terhadap lingkungan bengkel yang aman harus ditingkatkan lagi kinerjanya.

4.3.1.5. Fasilitas Ruang Tunggu Yang Lengkap

Pelanggan yang menilai bahwa fasilitas ruang tunggu "sangat penting" ada sebanyak 6 orang, yang menilai "penting" sebanyak 62 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 32.

Tabel 4.10
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap fasilitas ruang tunggu yang lengkap

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	8	16
Cukup Penting	3	6	18	Cukup Setuju	3	11	33
Penting	4	62	248	Setuju	4	57	228
Sangat Penting	5	32	160	Sangat Setuju	5	24	120
Jumlah		**100**	**426**	**Jumlah**		**100**	**397**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator fasilitas ruang tunggu yang lengkap yang disajikan dalam tabel 4.10 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas fasilitas ruang tunggu yang lengkap sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{397}{426} x100\% = 93{,}19\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap fasilitas ruang tunggu yang lengkap adalah sebesar 93,19%, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan

pelanggan terhadap fasilitas ruang tunggu yang lengkap dapat dipertahankan kinerjanya.

4.3.1.6. Pengadaan Pelayanan *Booking Service*

Pelanggan yang menilai bahwa fasilitas *Booking Service* "sangat penting" ada sebanyak 44 orang, yang menilai "penting" sebanyak 54 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 2.

Tabel 4.11
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap pengadaan pelayanan *Booking Service*

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	4	8
Cukup Penting	3	2	6	Cukup Setuju	3	21	63
Penting	4	54	216	Setuju	4	56	224
Sangat Penting	5	44	220	Sangat Setuju	5	18	90
Jumlah		**100**	**442**	**Jumlah**		**100**	**386**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator pengadaan pelayanan *booking service* yang disajikan dalam tabel 4.11 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas pengadaan pelayanan *booking service* sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{386}{442} x100\% = 87,33\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap pengadaan pelayanan *booking service* adalah sebesar 87,33 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan

pelanggan terhadap pengadaan pelayanan *booking service* harus lebih ditingkatkan kinerjanya.

4.3.1.7. Fasilitas Cuci Motor

Pelanggan yang menilai bahwa fasilitas cuci motor "sangat penting" ada sebanyak 32 orang, yang menilai "penting" sebanyak 64 orang dan yang menilai "cukup penting" hanya sebanyak 4 orang.

Tabel 4.12
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap fasilitas cuci motor

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	5	10
Cukup Penting	3	4	12	Cukup Setuju	3	22	66
Penting	4	64	256	Setuju	4	58	232
Sangat Penting	5	32	160	Sangat Setuju	5	15	75
Jumlah		**100**	**428**	**Jumlah**		**100**	**383**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator fasilitas cuci motor yang disajikan dalam tabel 4.12 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas fasilitas cuci motor sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{383}{428} x100\% = 89,48\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap penambahan fasilitas cuci motor adalah sebesar 89,48%, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap fasilitas cuci motor perlu ditingkatkan kinerjanya.

4.3.1.8. Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis

Pelanggan yang menilai bahwa ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis "sangat penting" ada sebanyak 33 orang dan yang menilai "penting" sebanyak 67 orang.

Tabel 4.13
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	10	20
Cukup Penting	3	0	0	Cukup Setuju	3	41	123
Penting	4	67	268	Setuju	4	41	164
Sangat Penting	5	33	165	Sangat Setuju	5	8	40
Jumlah		**100**	**433**	**Jumlah**		**100**	**347**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis yang disajikan dalam tabel 4.13 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{347}{433} x100\% = 80,13\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis adalah sebesar 80,13%, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis masih harus ditingkatkan lagi kinerjanya.

4.3.1.9. Bangunan Bengkel Yang Nyaman Bagi Pelanggan

Pelanggan yang menilai bahwa bangunan bengkel yang nyaman bagi pelanggan "sangat penting" ada sebanyak 42 orang, yang menilai "penting" sebanyak 52 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 6 orang.

Tabel 4.14
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap bangunan bengkel yang nyaman bagi pelanggan

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	5	10
Cukup Penting	3	6	18	Cukup Setuju	3	25	75
Penting	4	52	208	Setuju	4	58	232
Sangat Penting	5	42	210	Sangat Setuju	5	11	55
Jumlah		**100**	**436**	**Jumlah**		**100**	**373**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator bangunan bengkel yang nyaman bagi pelanggan yang disajikan dalam tabel 4.14 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas bangunan bengkel yang nyaman bagi pelanggan sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{373}{436} x100\% = 85,55\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap bangunan bengkel yang nyaman bagi pelanggan adalah sebesar 85,55%, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap bangunan bengkel yang nyaman bagi pelanggan harus ditingkatkan lagi kinerjanya.

4.3.2. Dimensi Prasarana

4.3.2.1. Peralatan bengkel yang lengkap

Pelanggan yang menilai bahwa peralatan bengkel yang lengkap bagi pelanggan "sangat penting" ada sebanyak 38 orang dan yang menilai "penting" sebanyak 62 orang.

Tabel 4.15
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap peralatan bengkel yang lengkap

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	4	8
Cukup Penting	3	0	0	Cukup Setuju	3	22	66
Penting	4	62	248	Setuju	4	60	240
Sangat Penting	5	38	190	Sangat Setuju	5	14	70
Jumlah		**100**	**438**	**Jumlah**		**100**	**384**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator peralatan bengkel yang lengkap yang disajikan dalam tabel 4.15 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas peralatan bengkel yang lengkap sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{384}{438} x100\% = 87,67\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap peralatan bengkel yang lengkap adalah sebesar 87,67 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap peralatan bengkel yang lengkap harus ditingkatkan lagi kinerjanya.

4.3.2.2. Suku cadang asli yang tersedia

Pelanggan yang menilai bahwa suku cadang asli yang tersedia bagi pelanggan "sangat penting" ada sebanyak 35 orang, yang menilai "penting" sebanyak 62 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 3 orang.

Tabel 4.16
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap suku cadang asli yang tersedia

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	17	34
Cukup Penting	3	3	9	Cukup Setuju	3	33	99
Penting	4	62	248	Setuju	4	39	156
Sangat Penting	5	35	175	Sangat Setuju	5	10	50
Jumlah		**100**	**432**	**Jumlah**		**100**	**340**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator suku cadang asli yang tersedia yang disajikan dalam tabel 4.16 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas suku cadang asli yang tersedia sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{340}{432} x100\% = 78,70\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap suku cadang asli yang tersedia adalah sebesar 78,70 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap suku cadang asli yang tersedia harus lebih untuk ditingkatkan lagi kinerjanya.

4.3.2.3. Areal parkir yang nyaman

Pelanggan yang menilai bahwa areal parkir yang nyaman yang tersedia bagi pelanggan "sangat penting" ada sebanyak 31 orang, yang menilai "penting" sebanyak 60 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 9 orang.

Tabel 4.17
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan terhadap areal parkir yang nyaman

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	2	2
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	10	20
Cukup Penting	3	9	27	Cukup Setuju	3	37	111
Penting	4	60	240	Setuju	4	42	168
Sangat Penting	5	31	155	Sangat Setuju	5	9	45
Jumlah		**100**	**422**	**Jumlah**		**100**	**346**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator areal parkir yang nyaman yang disajikan dalam tabel 4.17 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas areal parkir yang nyaman sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{346}{422} x100\% = 81,99\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap areal parkir yang nyaman adalah sebesar 81,99 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan terhadap areal parker yang nyaman harus lebih untuk ditingkatkan lagi kinerjanya.

4.3.2.4. Bengkel menyediakan paket servis bagi pelanggan

Pelanggan yang menilai bahwa bengkel menyediakan paket servis bagi pelanggan "sangat penting" ada sebanyak 34 orang, yang menilai "penting" sebanyak 63 orang dan yang menilai "cukup penting" hanya sebanyak 3 orang.

Tabel 4.18
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap bengkel menyediakan paket servis bagi pelanggan

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	12	24
Cukup Penting	3	3	9	Cukup Setuju	3	26	78
Penting	4	63	252	Setuju	4	52	208
Sangat Penting	5	34	170	Sangat Setuju	5	9	45
Jumlah		**100**	**431**	**Jumlah**		**100**	**356**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator bengkel menyediakan paket servis bagi pelanggan yang disajikan dalam tabel 4.18 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas indikator bengkel menyediakan paket servis bagi pelanggan sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{356}{431} x100\% = 82,59\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap areal parkir yang nyaman adalah sebesar 82,59 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas indikator bengkel menyediakan paket servis bagi pelanggan harus lebih untuk ditingkatkan lagi kinerjanya.

4.3.3. Dimensi Kualitas Montir

4.3.3.1. Montir terampil dalam menangani kerusakan motor

Pelanggan yang menilai bahwa montir terampil dalam menangani kerusakan motor "sangat penting" ada sebanyak 60 orang dan yang menilai "penting" sebanyak 40 orang.

Tabel 4.19
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap montir terampil dalam menangani kerusakan motor

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	7	14
Cukup Penting	3	0	0	Cukup Setuju	3	21	63
Penting	4	60	240	Setuju	4	57	228
Sangat Penting	5	40	200	Sangat Setuju	5	14	70
Jumlah		**100**	**440**	**Jumlah**		**100**	**376**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator montir terampil dalam menangani kerusakan motor yang disajikan dalam tabel 4.19 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas montir terampil dalam menangani kerusakan motor sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{376}{440} x100\% = 85,45\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap montir terampil dalam menangani kerusakan motor adalah sebesar 85,45 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas montir terampil dalam menangani kerusakan motor harus lebih untuk ditingkatkan kinerjanya.

4.3.3.2. Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor

Pelanggan yang menilai bahwa montir terampil dalam menangani kerusakan motor "sangat penting" ada sebanyak 43 orang dan yang menilai "penting" sebanyak 57 orang.

Tabel 4.20
Tingkat Kesesuaian / kepuasan pelanggan terhadap montir terampil dalam menangani kerusakan motor

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	13	26
Cukup Penting	3	0	0	Cukup Setuju	3	11	33
Penting	4	57	228	Setuju	4	60	240
Sangat Penting	5	43	215	Sangat Setuju	5	16	80
Jumlah		**100**	**443**	**Jumlah**		**100**	**379**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator montir terampil dalam menangani kerusakan motor yang disajikan dalam tabel 4.20 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas montir terampil dalam menangani kerusakan motor sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{379}{443} x100\% = 85,55\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan terhadap montir terampil dalam menangani kerusakan motor adalah sebesar 85,55 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas montir terampil dalam menangani kerusakan motor harus ditingkatkan kinerjanya.

4.3.3.3. Montir ramah terhadap pelanggan

Pelanggan yang menilai bahwa montir ramah terhadap pelanggan "sangat penting" ada sebanyak 43 orang, yang menilai "penting" sebanyak 52 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 5 orang.

Tabel 4.21
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan terhadap montir ramah terhadap pelanggan

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	10	20
Cukup Penting	3	5	15	Cukup Setuju	3	15	45
Penting	4	52	208	Setuju	4	60	240
Sangat Penting	5	43	215	Sangat Setuju	5	15	75
Jumlah		**100**	**438**	**Jumlah**		**100**	**380**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator montir ramah terhadap pelanggan yang disajikan dalam tabel 4.21 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas montir ramah terhadap pelanggan sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{380}{438} x100\% = 86,75\%$$

Tingkat keseuaian/kepuasan pelanggan terhadap montir ramah terhadap pelanggan adalah sebesar 86,75 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas montir ramah terhadap pelanggan harus ditingkatkan kinerjanya.

4.3.3.4. Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan motor

Pelanggan yang menilai bahwa montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan "sangat penting" ada sebanyak 43 orang dan yang menilai "penting" sebanyak 57 orang.

Tabel 4.22
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	5	10
Cukup Penting	3	0	0	Cukup Setuju	3	31	93
Penting	4	57	228	Setuju	4	51	204
Sangat Penting	5	43	215	Sangat Setuju	5	12	60
Jumlah		**100**	**443**	**Jumlah**		**100**	**368**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan yang disajikan dalam tabel 4.22 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{368}{443} x100\% = 83,06\%$$

Tingkat keseuaian/kepuasan pelanggan terhadap montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan adalah sebesar 83,06 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan harus lebih untuk ditingkatkan kinerjanya.

4.3.4. Dimensi Kualitas Karyawan

4.3.4.1. Karyawan berpenampilan rapi

Pelanggan yang menilai bahwa karyawan berpenampilan rapi "sangat penting" ada sebanyak 38 orang dan yang menilai "penting" sebanyak 62 orang.

Tabel 4.23
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan berpenampilan rapi

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	8	16
Cukup Penting	3	0	0	Cukup Setuju	3	15	45
Penting	4	62	248	Setuju	4	60	240
Sangat Penting	5	38	190	Sangat Setuju	5	17	85
Jumlah		**100**	**438**	**Jumlah**		**100**	**386**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator karyawan berpenampilan rapi yang disajikan dalam tabel 4.23 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas karyawan berpenampilan rapi sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{386}{438} x100\% = 88,12\%$$

Tingkat keseuaian/kepuasan pelanggan terhadap karyawan berpenampilan rapi adalah sebesar 88,12 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas karyawan berpenampilan rapi harus ditingkatkan kinerjanya.

4.3.4.2. Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan

Pelanggan yang menilai bahwa karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan "sangat penting" ada sebanyak 35 orang, yang menilai "penting" sebanyak 64 orang dan yang menilai "cukup penting" hanya sebanyak 1 orang.

Tabel 4.24
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	2	4
Cukup Penting	3	1	3	Cukup Setuju	3	14	42
Penting	4	64	256	Setuju	4	60	240
Sangat Penting	5	35	175	Sangat Setuju	5	23	115
Jumlah		**100**	**434**	**Jumlah**		**100**	**402**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan yang disajikan dalam tabel 4.24 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{402}{434} x100\% = 92,62\%$$

Tingkat keseuaian / kepuasan pelanggan karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan adalah sebesar 92,62 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan harus bisa untuk dipertahankan kinerjanya.

4.3.4.3. Karyawan yang terampil dalam menangani administrasi

Pelanggan yang menilai bahwa karyawan yang terampil dalam menangani administrasi "sangat penting" ada sebanyak 31 orang, yang menilai "penting" sebanyak 58 orang, yang menilai "cukup penting" sebanyak 10 orang dan yang menilai "tidak penting" hanya sebanyak 1 orang.

Tabel 4.25
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan yang terampil dalam menangani administrasi

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	1	2	Tidak Setuju	2	4	8
Cukup Penting	3	10	30	Cukup Setuju	3	19	57
Penting	4	58	232	Setuju	4	61	244
Sangat Penting	5	31	155	Sangat Setuju	5	16	80
Jumlah		**100**	**419**	**Jumlah**		**100**	**389**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator karyawan yang terampil dalam menangani administrasi yang disajikan dalam tabel 4.25 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas karyawan yang terampil dalam menangani administrasi sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{389}{419} x100\% = 92,84\%$$

Tingkat keseuaian/kepuasan pelanggan karyawan yang terampil dalam menangani administrasi adalah sebesar 92,84 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas karyawan yang terampil dalam menangani administrasi harus bisa untuk dipertahankan kinerjanya.

4.3.4.4. Karyawan tanggap atas permintaan/keluhan pelanggan

Pelanggan yang menilai bahwa karyawan tanggap atas permintaan / keluhan pelanggan "sangat penting" ada sebanyak 33 orang, yang menilai "penting" sebanyak 60 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 7 orang.

Tabel 4.26
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan tanggap atas permintaan/keluhan pelanggan

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	8	16
Cukup Penting	3	7	21	Cukup Setuju	3	20	60
Penting	4	60	240	Setuju	4	54	216
Sangat Penting	5	33	165	Sangat Setuju	5	17	85
Jumlah		**100**	**426**	**Jumlah**		**100**	**378**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator karyawan tanggap atas permintaan/keluhan pelanggan yang disajikan dalam tabel 4.26 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas karyawan tanggap atas permintaan / keluhan pelanggan sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{378}{426} x100\% = 88,73\%$$

Tingkat keseuaian/kepuasan pelanggan karyawan tanggap atas permintaan/ keluhan pelanggan adalah sebesar 88,73 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas karyawan tanggap atas permintaan / keluhan pelanggan harus bisa untuk ditingkatkan kinerjanya.

4.3.5. Dimensi Kualitas Prosedur Bengkel

4.3.5.1.Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis

Pelanggan yang menilai bahwa terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis "sangat penting" ada sebanyak 41 orang dan yang menilai "penting" sebanyak 59 orang.

Tabel 4.27
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	7	14
Cukup Penting	3	0	0	Cukup Setuju	3	25	75
Penting	4	59	236	Setuju	4	53	212
Sangat Penting	5	41	205	Sangat Setuju	5	15	75
Jumlah		**100**	**441**	**Jumlah**		**100**	**376**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis yang disajikan dalam tabel 4.27 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{376}{441} x100\% = 85,26\%$$

Tingkat keseuaian/kepuasan pelanggan terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis adalah sebesar 85,26 %, hal ini

menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan pelanggan atas terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis harus bisa untuk ditingkatkan kinerjanya.

4.3.5.2. Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya

Pelanggan yang menilai bahwa karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya "sangat penting" ada sebanyak 24 orang, yang menilai "penting" sebanyak 71 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 5 orang.

Tabel 4.28
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	6	12
Cukup Penting	3	5	15	Cukup Setuju	3	31	93
Penting	4	71	284	Setuju	4	49	196
Sangat Penting	5	24	120	Sangat Setuju	5	14	70
Jumlah		**100**	**419**	**Jumlah**		**100**	**371**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya yang disajikan dalam tabel 4.28 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{371}{419} x100\% = 88,54\%$$

Tingkat keseuaian/kepuasan pelanggan karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya adalah sebesar 88,54 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya harus bisa untuk ditingkatkan kinerjanya.

4.3.5.3.Karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel

Pelanggan yang menilai bahwa karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel "sangat penting" ada sebanyak 35 orang, yang menilai "penting" sebanyak 63 orang dan yang menilai "cukup penting" sebanyak 2 orang.

Tabel 4.29
Tingkat Kesesuaian/ kepuasan pelanggan karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel

Kategori Jawaban	Kepentingan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	Skor	Frek	S x F		Skor	Frek	S x F
Sangat Tidak Penting	1	0	0	Sangat Tidak Setuju	1	1	1
Tidak Penting	2	0	0	Tidak Setuju	2	4	8
Cukup Penting	3	2	6	Cukup Setuju	3	33	99
Penting	4	63	252	Setuju	4	52	208
Sangat Penting	5	35	175	Sangat Setuju	5	10	50
Jumlah		**100**	**433**	**Jumlah**		**100**	**366**

Sumber : Data Primer yang diolah 2010

Berdasarkan dari hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel yang disajikan dalam tabel 4.29 diatas, maka dapat ditentukan tingkat kesesuaian / kepuasan pelanggan atas karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel sebagai berikut :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} x100\% = \frac{366}{433} x100\% = 84,52\%$$

Tingkat keseuaian/kepuasan pelanggan karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel adalah sebesar 84,52 %, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan atas karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel harus bisa untuk ditingkatkan kinerjanya.

Tabel 4.30
Ringkasan Perhitungan tingkat Kepentingan, Kinerja, dan Kesesuaian / Kepuasan Pelanggan atas Indikator Dimensi Penelitian

NO	Atribut Pengukuran	Skor		Tki (%)
		Kinerja Bengkel (Xi)	Kepentingan Pelanggan (Yi)	
SARANA				
1	Lingkungan bengkel yang bersih	391	429	91,14 %
2	Kamar mandi yang bersih	388	431	90,02 %
3	Ruang tunggu yang nyaman	389	427	91,10 %
4	Lingkungan bengkel yang aman	375	425	88,23 %
5	Fasilitas ruang tunggu yang lengkap	397	426	93,19 %
6	Pengadaan pelayanan *booking service*	386	442	86,65 %
7	Penambahan fasilitas cuci motor setelah motor selesai diservis	383	428	89,48 %
8	Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis apabila kendaraan tersebut belum diambil oleh pemiliknya.	347	433	81,07 %
9	Bangunan bengkel yang dirasa nyaman oleh pelanggan	373	436	85,55 %
PRASARANA				
10	Peralatan bengkel yang lengkap	384	438	87,67 %
11	Suku cadang asli yang tersedia	340	432	78,70 %
12	Areal parkir yang nyaman	346	422	81,99 %
13	Bengkel menyediakan paket servis bagi kendaraan pelanggan	356	431	82,59 %
KUALITAS MONTIR				
14	Montir terampil dalam menangani kerusakan motor pelanggan	376	440	85,45 %
15	Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor pelanggan	379	443	85,55 %
16	Montir ramah terhadap pelanggan	380	438	86,75 %
17	Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan dan part yang seharusnya diganti	368	443	83,06 %
KUALITAS KARYAWAN				
18	Karyawan berpenampilan rapi	386	438	88,12 %
19	Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan	402	434	92,62 %
20	Karyawan terampil dalam menangani administrasi	389	419	92,84 %

21	Karyawan tanggap atas permintaan /keluhan pelanggan	378	426	88,73 %
KUALITAS PROSEDUR BENGKEL				
22	Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis	376	441	85,26 %
23	Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya	371	419	88,54 %
24	Karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat aktivitas di bengkel	366	433	84,52 %

4.4. *Importance Performance Analysis* (IPA)

Setelah melakukan perhitungan atas tingkat harapan dan tingkat kinerja bengkel atas indikator yang diukur, maka dapat pula ditentukan tingkat kesesuaian/kepuasan pelanggan atas indikator tersebut. Tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari nilai rata-rata kinerja yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo. Untuk hal tersebut maka dilakukan pengkategorian sebagai berikut :

B. Kelas tertinggi = 5

Kelas terendah = 1

Lebar Interval $= \frac{JarakPengukuran}{Jumlahkelas} x20\%$

$= \frac{NilaiTertinggi - NilaiTerendah}{JumlahKelas} x20\%$

$= \frac{5-1}{5} x20\%$

= **16%**

C. Kategorisasi

Tabel 4.31
Kategorisasi Kepuasan Pelanggan

No	Nilai (%)	Kategorisasi
1	20,1 - 36	Sangat Tidak Memuaskan
2	36,1 - 52	Tidak Memuaskan
3	52,1 - 68	Cukup Memuaskan
4	68,1 - 84	Memuaskan
5	84,1 - 100	Sangat Memuaskan

Perhitungan nilai rata-rata kepentingan dan nilai kinerja yang dilakukan oleh bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo dapat dilihat dalam Tabel 4.32 berikut ini.

Tabel 4.32
Perhitungan nilai rata-rata Kepentingan dan Kinerja pada masing-masing indikator dimensi penelitian

No	Atribut	SKOR		$\bar{X}$	$\bar{Y}$	Kategori
		Kinerja (Xi)	Kepentingan (Yi)			
	Kualitas Sarana					
1	Lingkungan bengkel yang bersih	391	429	3,91	4,29	Sangat Memuaskan
2	Kamar mandi yang bersih	388	431	3,88	4,31	Sangat Memuaskan
3	Ruang tunggu yang nyaman	389	427	3,89	4,27	Sangat Memuaskan
4	Lingkungan bengkel yang aman	375	425	3,75	4,25	Sangat Memuaskan
5	Fasiitas ruang tunggu yang lengkap	397	426	3,97	4,26	Sangat Memuaskan
6	Pengadaan pelayanan *booking service*	386	442	3,86	4,42	Sangat Memuaskan
7	Penambahan fasilitas cuci motor setelah motor selesai diservis	383	428	3,83	4,28	Sangat Memuaskan
8	Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis apabila kendaraan tersebut belum diambil oleh pemiliknya.	347	433	3,47	4,33	Memuaskan

9	Bangunan bengkel yang dirasa nyaman oleh pelanggan	373	436	3,73	4,36	Sangat Memuaskan
	Rata - Rata			**3,81**	**4,31**	
	Kualitas Prasarana					
10	Peralatan bengkel yang lengkap	384	438	3,84	4,38	Sangat Memuaskan
11	Suku cadang asli yang tersedia	340	432	3,40	4,32	Memuaskan
12	Areal parkir yang nyaman	346	422	3,46	4,22	Memuaskan
13	Bengkel menyediakan paket servis bagi kendaraan pelanggan	356	431	3,56	4,31	Memuaskan
	Rata –rata			**3,56**	**4,31**	
	Kualitas Montir					
14	Montir terampil dalam menangani kerusakan motor pelanggan	376	440	3,76	4,40	Sangat Memuaskan
15	Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor pelanggan	379	443	3,79	4,43	Sangat Memuaskan
16	Montir ramah terhadap pelanggan	380	438	3,80	4,38	Sangat Memuaskan
17	Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan dan part yang seharusnya diganti	368	443	3,68	4,43	Memuaskan
	Rata – rata			**3,76**	**4,41**	
Kualitas Karyawan						
18	Karyawan berpenampilan rapi	386	438	3,86	4,38	Sangat Memuaskan
19	Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan	402	434	4,02	4,34	Sangat Memuaskan
20	Karyawan terampil dalam menangani administrasi	389	419	3,89	4,19	Sangat Memuaskan
21	Karyawan tanggap atas permintaan /keluhan pelanggan	378	426	3,78	4,26	Sangat Memuaskan
	Rata – rata			**3,89**	**4,29**	
Kualitas Prosedur Bengkel						
22	Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis	376	441	3,76	4,41	Sangat Memuaskan
23	Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya	371	419	3,71	4,19	Sangat Memuaskan
24	Karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat aktivitas di bengkel	366	433	3,66	4,33	Memuaskan
	Rata – rata			**3,71**	**4,31**	

Hasil pengukuran indikator – indikator diatas memungkinkan pihak bengkel untuk dapat menitik beratkan usaha – usaha perbaikan pada indikator yang benar – benar dianggap penting oleh pelanggan. Untuk melihat titik – titik tersebut, akan ditunjukkan dengan diagram kartesius.

4.5. Diagram Kartesius

Untuk dapat melihat posisi penempatan data yang telah dianalisis tersebut, maka dapat dibagi menjadi empat bagian (Supranto, 2006), yaitu :

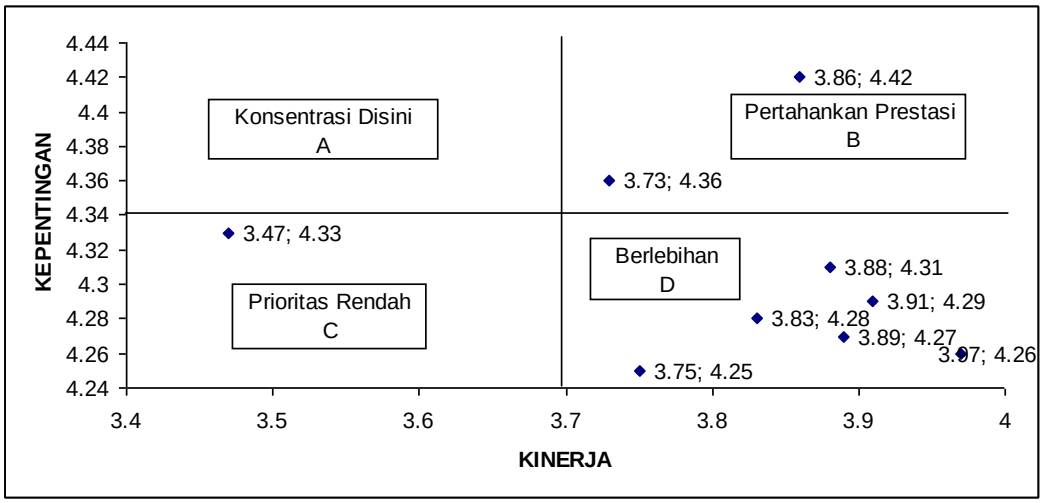
1. Kuadran A menunjukkan bahwa atribut – atribut yang dianggap sangat penting bagi pelanggan, tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai keinginan pelanggan, sehingga menimbulkan perasaan tidak puas. Pihak perusahaan harus memberikan prioritas utama untuk semua atribut yang terdapat pada atribut ini.
2. Kuadran B menunjukkan, bahwa atribut – atribut yang dianggap penting oleh pelanggan, kinerjanya telah sesuai dengan harapan pelanggan sehingga mereka puas, maka perusahaan harus mempertahankan kinerja untuk semua atribut yang terdapat pada kuadran ini.
3. Kuadran C, bahwa atirbut yang memang dianggap kurang penting dan kinerja perusahaan tersebut atas atribut ini adalah biasa saja. Semua atribut yang terdapat pada kuadran ini adalah kurang penting dan kinerja perusahaan juga kurang memuaskan (Prioritas rendah).
4. Kuadran D menunjukkan bahwa atribut – atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, tetapi perusahaan melaksanakannya dengan

sangat baik, sehingga hal ini dianggap berlebihan. Oleh karena itu, perusahaan hendaknya mengalokasikan sumber daya yang digunakan atas atribut – atribut ini ke atribut lain yang memerlukan peningkatan kinerja.

Diagram Kartesius Dimensi Sarana

Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian terhadap kepentingan/harapan pelanggan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor atas indikator dimensi kualitas sarana maka nilai – nilai tersebut dapat dipetakan kedalam diagram kartesius berikut ini :

Gambar 4.1.
Diagram kartesius pemosisian tingkat kepuasan pelanggan atas Dimensi Sarana bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo



Adapun intepretasi dari diagram kartesius adalah sebagai berikut :

1. Kuadran B

   Menunjukkan indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu dipertahankan oleh pihak bengkel, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan/harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan.

   Indikator yang termasuk dalam kuadran ini antara lain :

   a) Pengadaan pelayanan booking service (3,86;4,42)
   b) Bangunan bengkel yang dirasa nyaman oleh pelanggan (3,73;4,36)

2. Kuadran C

   Menunjukkan bahwa indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan,sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup.

   Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

   Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis apabila kendaraan tersebut belum diambil oleh pemiliknya (3,83;4,28)

3. Kuadran D

   Menunjukkan bahwa indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya

indikator tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekai oleh pihak bengkel, sehingga sangat memuaskan, akan tetapi menjadi tidak bermanfaat.

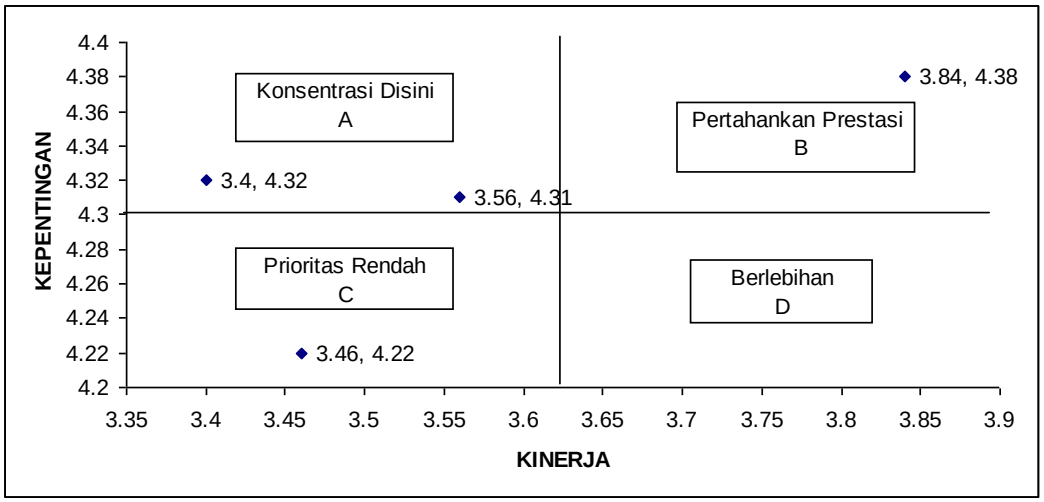
Indikator yang tergolong dalam kuadran ini antara lain :

a) Lingkungan bengkel yang bersih (3,91;4,29)
b) Kamar mandi yang bersih (3,88;4,31)
c) Ruang tunggu yang nyaman (3,89;4,27)
d) Lingkungan bengkel yang aman (3,75;4,25)
e) Fasilitas ruang tunggu yang lengkap (3,97;4,26)
f) Penambahan fasilitas cuci motor setelah motor selesai diservis (3,86;4,42)

4.5.2. Diagram Kartesius Dimensi Prasarana

Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian terhadap kepentingan / harapan pelanggan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator prasarana maka nilai-nilai tersebut dapat dipetakan kedalam diagram kartesius berikut ini :

Gambar 4.2
Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Dimensi Prasarana Bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo



Adapun intepretasi dari diagram kartesius adalah sebagai berikut :

1. Kuadran A

   Menunjukkan indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran inidan penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak bengkel, karena keberadaan indikator ini yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

   Indikator yang termasuk di kuadran ini adalah :

a. Suku cadang asli yang tersedia (3,40;4,32)
b. Bengkel menyediakan paket servis bagi kendaraan pelanggan(3,56;4,31)

2. Kuadran B

Menunjukkan indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran inidan penanganannya perlu dipertahankan oleh pihak bengkel, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan/harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan.

Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah Peralatan bengkel yang lengkap (3,84;438)

3. Kuadran C

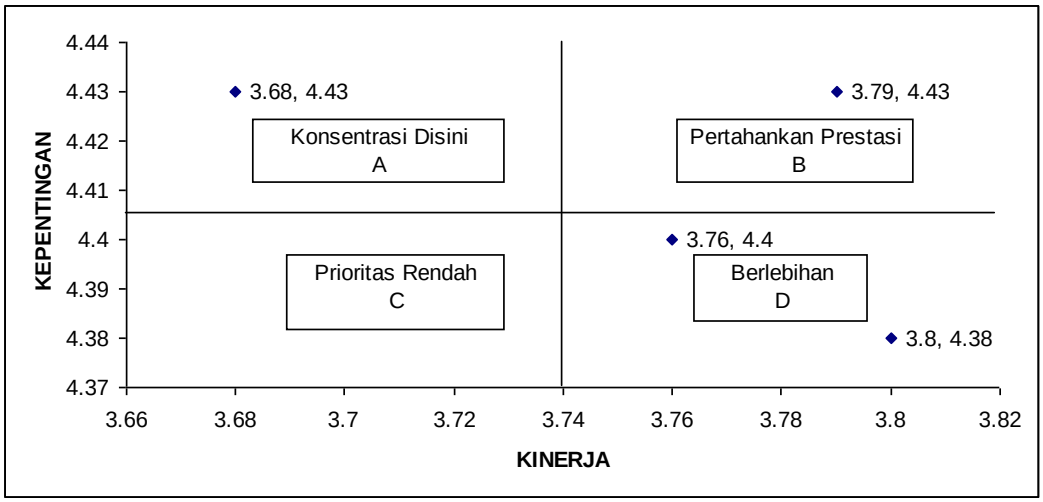
Menunjukkan bahwa indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan,sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup.

Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah Areal parkir yang nyaman (3,46;4,22)

4.5.3. Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Montir

Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian terhadap kepentingan / harapan pelanggan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator kualitas montir, maka nilai-nilai tersebut dapat dipetakan kedalam diagram kartesius berikut ini :

Gambar 4.3
Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Dimensi Kualitas Montir Bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo



Adapun intepretasi dari diagram kartesius adalah sebagai berikut :

1. Kuadran A

   Menunjukkan indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran inidan penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak bengkel, karena keberadaan indikator ini yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

Indikator yang termasuk di kuadran ini adalah : Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan motor (3,68;4,43).

2. Kuadran B

   Menunjukkan indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran inidan penanganannya perlu dipertahankan oleh pihak bengkel, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan/harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan.

   Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor pelanggan (3,79;4,43).

3. Kuadran D

   Menunjukkan bahwa indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya indikator tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekai oleh pihak bengkel, sehingga sangat memuaskan, akan tetapi menjadi tidak bermanfaat.

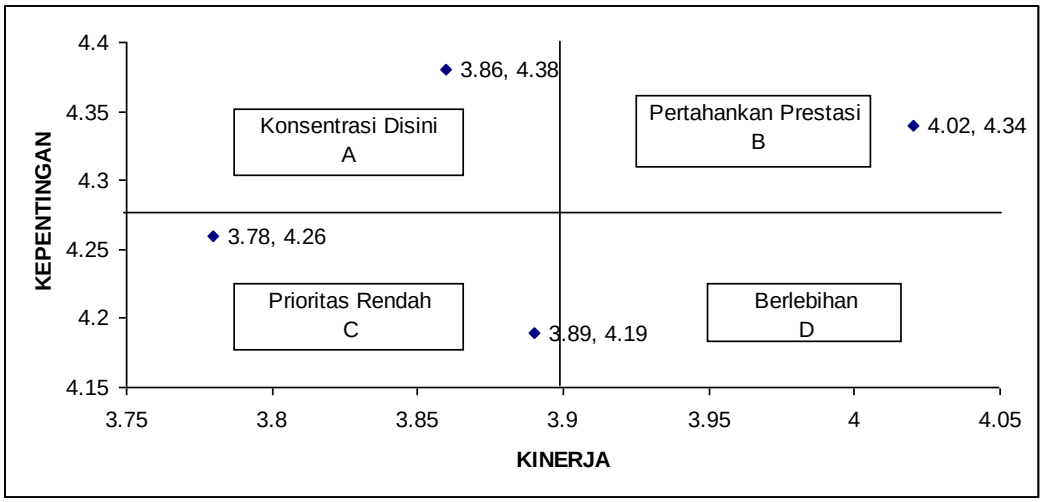
   Indikator yang tergolong dalam kuadran ini antara lain :

   a) Montir terampil dalam menangani kerusakan motor pelanggan (3,76;4,40).
   b) Montir ramah terhadap pelanggan (3,80;4,38).

4.5.4. Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Karyawan

Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian terhadap kepentingan / harapan pelanggan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator kualitas karyawan, maka nilai-nilai tersebut dapat dipetakan kedalam diagram kartesius berikut ini :

Gambar 4.4
Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Karyawan Bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo



Adapun intepretasi dari diagram kartesius adalah sebagai berikut :

1. Kuadran A

   Menunjukkan indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran inidan penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak bengkel, karena keberadaan indikator ini yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

   Indikator yang termasuk di kuadran ini adalah karyawan berpenampilan rapi (3,86;4,38).

2. Kuadran B

   Menunjukkan indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran inidan penanganannya perlu dipertahankan oleh pihak bengkel, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan/harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan.

   Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan (4,02;4,34).

3. Kuadran C

   Menunjukkan bahwa indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan,sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup.

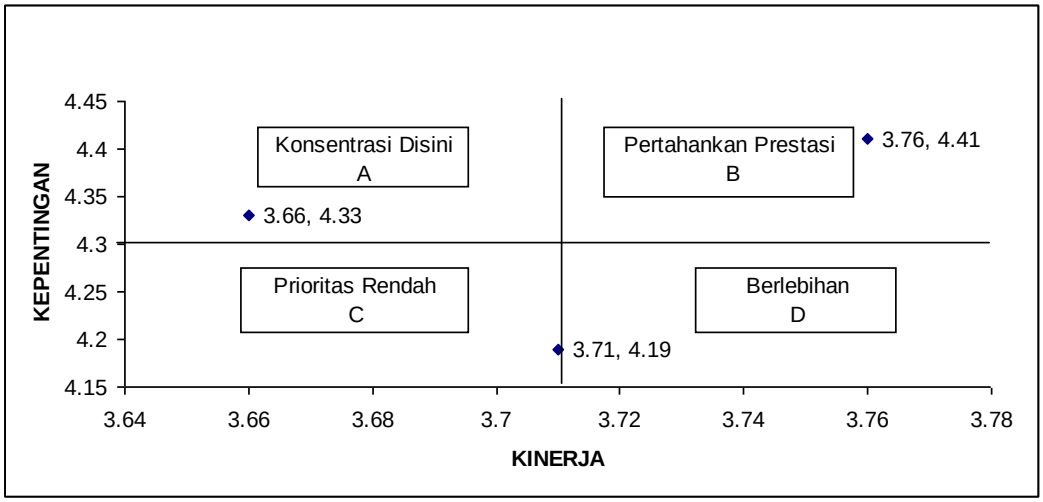
   Indikator yang termasuk dalam kuadran ini antara lain :

   a) Karyawan terampil dalam menangani administrasi (3,89;4,19).
   b) Karyawan tanggap atas permintaan /keluhan pelanggan (3,78;4,26).

4.5.5. Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Prosedur Bengkel

Setelah dilakukan perhitungan tingkat kesesuaian terhadap kepentingan / harapan pelanggan dan kinerja bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atas indikator kualitas prosedur bengkel, maka nilai-nilai tersebut dapat dipetakan kedalam diagram kartesius berikut ini :

Gambar 4.5
Diagram Kartesius Pemosisian Tingkat Kepuasan Pelanggan Atas Dimensi Kualitas Prosedur Bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo



Adapun intepretasi dari diagram kartesius adalah sebagai berikut :

1. Kuadran A

   Menunjukkan indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran inidan penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak bengkel, karena keberadaan indikator ini yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

   Indikator yang termasuk di kuadran ini adalah karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat aktivitas di bengkel (3,66;4,33).

2. Kuadran B

   Menunjukkan indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran inidan penanganannya perlu dipertahankan oleh pihak bengkel, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan/harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan.

   Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis (3,76;4,41).

3. Kuadran C

   Menunjukkan bahwa indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan,sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup.

   Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya (3,71;4,19).

BAB V
KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan di bab sebelumnya, berkaitan dengan pengukuran tingkat kepentingan dan kepuasan pelanggan bengkel CV. Marabunta Motor, maka ada beberapa kesimpulan yangdiperoleh sebagai berikut :

1. Kepuasan / ketidakpuasan pelanggan terbentuk selama atau setelah terjadinya proses pembelian, dimana pelanggan membandingkan antara apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka dapatkan.
2. Pengukuran kepuasan / ketidakpuasan yang telah dilakukan melalui indikator yang terdapat pada kuesioner yang diisi oleh pelanggan dapat menjadi ukuran sampai sejauh mana kinerja bengkel dan usaha perbaikan apa yang dapat dilakukan untuk memperbaiki kinerja bengkel yang belum memenuhi harapan pelanggan.
   a) Dari hasil analisis diagram kartesius terhadap dimensi sarana menunjukkan bahwa tidak terdapat satupun indikator yang berada pada kuadran A. Pada kuadran B terdapat dua indikator yaitu pengadaan pelayanan booking service dan bangunan bengkel yang dirasa nyaman oleh pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja pihak bengkel telah baik sehingga memuaskan pelanggan, maka pihak bengkel harus mempertahankan kinerjanya. Sedangkan pada kuadran C terdapat satu indikator yaitu ruang penyimpanan

kendaraan yang telah selesai diservis apabila kendaraan tersebut belum diambil oleh pemiliknya, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap kurang penting oleh pelanggan dan sebaiknya pihak bengkel menjalankannya secara sedang saja. Sedangkan pada kuadran D terdapat enam indikator yang terdapat pada kuadran ini diantaranya adalah lingkungan bengkel yang bersih, kamar mandi yang bersih, ruang tunggu yang nyaman, lingkungan bengkel yang aman, fasilitas ruang tunggu yang lengkap, penambahan fasilitas cuci motor setelah motor selesai diservis, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pihak bengkel melaksanakannya secara berlebihan.

b) Dari hasil analisis diagram kartesius terhadap dimensi prasarana menunjukkan bahwa terdapat dua indikator yang berada pada kuadran A yaitu, Suku cadang asli yang tersedia dan bengkel menyediakan paket servis bagi kendaraan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut penting bagi pelanggan, akan tetapi pihak bengkel belum melaksanakan sesuai keinginan pelanggan. Pada kuadran B terdapat satu indikator yaitu peralatan bengkel yang lengkap, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja pihak bengkel telah baik sehingga memuaskan pelanggan, maka pihak bengkel harus mempertahankan kinerjanya. Sedangkan pada

kuadran C juga terdapat satu indikator didalamnya, indikator tersebut adalah areal parkir yang nyaman, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap kurang penting oleh pelanggan dan sebaiknya pihak bengkel menjalankannya secara sedang saja.

c) Dari hasil analisis diagram kartesius terhadap dimensi kualitas montir menunjukkan bahwa terdapat satu indikator yang terdapat pada kuadran A, indikator tersebut adalah montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan motor, hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut penting bagi pelanggan, akan tetapi pihak bengkel belum melaksanakan sesuai keinginan pelanggan. Pada kuadran B juga terdapat satu indikator didalamnya, indikator tersebut adalah montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja pihak bengkel telah baik sehingga memuaskan pelanggan, maka pihak bengkel harus mempertahankan kinerjanya. Sedangkan pada kuadran C tidak terdapat satupun indikator didalamnya. Pada kuadran D terdapat dua indikator didalamnya, indikator tersebut adalah montir terampil dalam menangani kerusakan motor pelanggan dan montir ramah terhadap pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap kurang penting oleh pelanggan dan sebaiknya pihak bengkel menjalankannya secara sedang saja.

d) Dari hasil analisis diagram kartesius pada dimensi kualitas karyawan, terdapat satu indikator yang berada pada kuadran A yaitu karyawan berpenampilan rapi, hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut penting bagi pelanggan, akan tetapi pihak bengkel belum melaksanakan sesuai keinginan pelanggan. Pada kuadran B juga terdapat satu indikkator didalamnya, indikator tersebut adalah karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja pihak bengkel telah baik sehingga memuaskan pelanggan, maka pihak bengkel harus mempertahankan kinerjanya. Serta pada kuadran C terdapat dua indikator didalamnya, adapun indikator-indikator tersebut antara lain karyawan terampil dalam menangani administrasi dan karyawan tanggap atas permintaan /keluhan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap kurang penting oleh pelanggan dan sebaiknya pihak bengkel menjalankannya secara sedang saja.. Sedangkan pada kuadran D tidak terdapat satupun indikator didalamnya.

e) Dari hasil analisis diagram kartesius pada dimensi kualitas prosedur bengkel, terdapat satu indikator pada kuadran A yaitu karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat aktivitas di bengkel, hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut penting bagi pelanggan, akan tetapi pihak bengkel belum

melaksanakan sesuai keinginan pelanggan. Pada kuadran B juga terdapat satu indikator didalamnya yaitu terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja pihak bengkel telah baik sehingga memuaskan pelanggan, maka pihak bengkel harus mempertahankan kinerjanya. Pada kuadran C juga terdapat satu indikator didalamnya yaitu karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut dianggap kurang penting oleh pelanggan dan sebaiknya pihak bengkel menjalankannya secara sedang saja. Sedangkan pada kuadran D tidak terdapat satupun indikator didalam kuadran tersebut.

5.2 Implikasi Kebijakan Manajerial

Dari hasil perhitungan tingkat kesesuaian / tingkat kepuasan serta diagram kartesius yang sudah disebutkan diatas, maka penulis mengambil beberapa implikasi kebijakan yang mungkin dapat membantu bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo didalam memperbaiki dan meningkatkan kinerjanya, yaitu :

Tabel 5.1
Implikasi Kebijakan Manajerial

INDIKATOR	KEBIJAKAN	PRIORITAS
DIMENSI SARANA		
Bangunan bengkel yg dirasa nyaman	Indikator ini berada pada kuadran B dalam indikator diagram kartesius, harus dipertahankan karena pelanggan menganggap penting indikator ini, apabila ada saran dan kritik sebaiknya diperhatikan oleh pihak bengkel	Prioritas tinggi
Pengadaan layanan *booking service*	Indikator ini berada pada kuadran B, harus dipertahankan dan lebih dikenalkan kepada pelanggan, apabila ada saran dan keluhan harap diperhatikan dan ditanggapi dengan sebaik-baiknya	Prioritas tinggi
Lingkungan bengkel yang bersih	Karena ada di kuadran D maka tenaga kebersihan bisa dikurangi, akan tetapi dapat dipertahankan karena kebersihan merupakan standar pelayanan bengkel	Prioritas sedang
Kamar mandi yang bersih	Indikator ini berada pada kuadran D, akan tetapi dapat dipertahankan karena kebersihan merupakan standar pelayanan bengkel berbagai kritik dan saran harap diperhatikan dan ditanggapi secara serius	Prioritas sedang
Ruang tunggu yang nyaman	Indikator ini berada pada kuadran D, akan tetapi dapat dipertahankan karena merupakan standar pelayanan bengkel	Prioritas sedang
Lingkungan bengkel yang aman	Indikator ini berada pada kuadran D, akan tetapi dapat dipertahankan karena merupakan standar pelayanan bengkel	Prioritas sedang

Fasilitas ruang tunggu yang lengkap	Indikator ini berada pada kuadran D, akan tetapi dapat dipertahankan karena merupakan standar pelayanan bengkel	Prioritas sedang
Penambahan fasilitas cuci motor	Indikator ini berada pada kuadran D, akan tetapi dapat dipertahankan karena merupakan nilai tambah bagi pelayanan bengkel dan juga menanyakan kepada pelanggan apakah berkenan motornya dicuci terlebih dahulu atau tidak setelah di servis	Prioritas sedang
Ruang penyimpanan kendaraan	Indikator ini berada pada kuadran C, dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan dan kinerja perusahaan dianggap cukup oleh pelanggan, dan sebaiknya pihak bengkel menggunakan ruangan itu untuk memperluas ruang spare part	Prioritas rendah
DIMENSI PRASARANA		
Suku cadang asli yg tersedia	Indikator ini berada pada kuadran A, harus ditingkatkan karena dianggap penting oleh pelanggan namun kinerja dari pihak bengkel dinilai belum baik oleh pelanggan, masih ada sebagian spare part yg belum tersedia. Diharapkan ketersediaan spare part asli harap dilengkapi	Prioritas tinggi
Bengkel menyediakan paket servis bagi pelanggan	Indikator ini berada pada kuadran A, indikator ini dianggap penting oleh pelanggan namun dari kinerjanya dianggap kurang baik oleh pelanggan maka harus ditingkatkan dengan penyediaan paket servis untuk semua jenis kendaraan	Prioritas tinggi
Peralatan bengkel yang lengkap	Indikator ini berada pada kuadran B, hal ini harus dipertahankan karena pelanggan menganggap penting indikator ini, apabila ada saran dan kritik sebaiknya diperhatikan oleh pihak bengkel. Peralatan bengkel yang lengkap dapat menambah kepercayaan pelanggan terhadap bengkel	Prioritas tinggi
Areal parkir yg nyaman	Indikator ini berada pada kuadran C, indikator ini dianggap kurang penting pelanggan dan untuk jangka panjang	Prioritas rendah

	sebaiknya dikasih atap supaya kendaraan yang parkir terlindung dari panas dan hujan	
DIMENSI KUALITAS MONTIR		
Montir memberikan info yang benar kepada pelanggan mengenai	Indikator ini berada pada kuadran A, hal ini berarti harus ditingkatkan kinerjanya dikarenakan menurut pelanggan indikator ini penting sedangkan kinerja montir belum dapat memuaskan pelanggan	Prioritas tinggi
Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor	Indikator ini berada pada kuadran B, harus dipertahankan karena pelanggan menganggap penting indikator ini, apabila ada saran dan kritik sebaiknya diperhatikan oleh pihak bengkel. Dengan ketepatan penanganan terhadap kerusakan motor dapat menambah kepercayaan pelanggan terhadap bengkel	Prioritas tinggi
Montir terampil dalam menangani kerusakan motor pelanggan	Indikator ini berada pada kuadran D, hal ini berarti indikator ini dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan. Akan tetapi harus dipertahankan karena keterampilan montir dalam menangani kerusakan motor dinilai dapat mempercepat waktu penanganan servis kendaraan pelanggan	Prioritas sedang
Montir ramah terhadap pelanggan	Indikator ini berada pada kuadran D, maka dapat disimpulkan bahwa indikator ini dinilai tidak terlalu penting bagi pelanggan tetapi kinerja dari pihak bengkel dinilai terlalu berlebihan.	Prioritas sedang
DIMENSI KUALITAS KARYAWAN		
Karyawan berpenampilan rapi	Indikator ini berada pada kuadran A, hal ini berarti penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak bengkel, karena keberadaan indikator ini yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan pelanggan	Prioritas tinggi

Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan	Indikator ini berada pada kuadran B, hal ini berati penanganannya perlu dipertahankan oleh pihak bengkel, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan, apabila ada saran dan kritik sebaiknya diperhatikan oleh pihak bengkel	Prioritas tinggi
Karyawan terampil dalam menangani administrasi	Indikator ini berada pada kuadran C, Indikator dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup.	Prioritas rendah
Karyawan tanggap atas permintaan /keluhan pelanggan	Indikator ini berada pada kuadran C, Indikator dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup	Prioritas rendah
DIMENSI KUALITAS PROSEDUR BENGKEL		
Karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat aktivitas di bengkel	Indikator ini berada pada kuadran A, Hasil ini dinilai perlu ditingkatkan oleh pihak bengkel, karena keberadaan indikator ini yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.	Prioritas tinggi
Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis	Kuadran B, Indikator ini perlu dipertahankan kinerjanya oleh pihak bengkel, karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan / harapan pelanggan, sehingga dapat memuaskan pelanggan.	Prioritas tinggi
Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya	Hasil ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi pelanggan dan terdapat pada kuadran C	Prioritas rendah

5.3 Keterbatasan Penelitian

Responden dari penelitian ini adalah pelanggan CV. Marabunta Motor Wonosobo, sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat digeneralisir untuk kasus di luar bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo atau bengkel yang memiliki karakteristik tidak sama dengan bengkel CV. Marabunta Motor Wonosobo.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

1. Dapat dilakukan pengujian hipotesis untuk menguji, bahwa tidak ada perbedaan rata-rata tingkat kepentingan atau tingkat kepuasan diantara berbagai indikator dengan kriteria (uji F).
2. Untuk penelitian mendatang dapat menambahkan dimensi harga servis.

DAFTAR PUSTAKA

Azwar, Saifuddin, 1993, **Reliabilitas dan Validitas**, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Assauri, Sofjan .2003. "Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction" dalam **Usahawan**, No. 01, Tahun XXXII, Januari, hal.25-30. Jakarta

Burns, Alvin C & Bush, Ronald F, 2000 **Marketing Research**, Prentice Hall, New Jersey.

Carman, J.M, (1990), "Consumer Perceptions of Service Quality an Assessment Of The SERVQUAL Dimensions", **Journal of Retailing,** Vol 66, No. 1, A Spring, pp 33-55.

Ghozali, Imam. 2005. ***Aplikasi Analisis Multivariate*** **dengan program SPSS**, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Kaihatu, TS, 2008, "Analisis Kesenjangan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pengunjung Plaza Tunjungan Surabaya", **Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan**, Vol.10, No. 1, p.66-83.

Kotler, P & Susanto, A. B. 2000, **Manajemen Pemasaran di Indonesia**, Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, Philip, 2000, **Marketing Management, The Millenium Edition**, New Jersey : Prentice Hall International Inc.

Kotler, P & Keller, KL, 2007, **Manajemen Pemasaran : Edisi Bahasa Indonesia**, Edisi 12, jilid 1, Jakarta : PT. Indeks.

Magal, S. M. and Levenburg, N. M, 2005, "Using Importance-Performance Analysis to Evaluate E-Business Strategies among Small Business", **Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Science**.

Martilla, J. A, and James, J. C. 1997, "Importance-Performance Analysis", **Journal of Marketing**, p.77-79.

Parasuraman, A, V, A. Zeithaml dan L. L. Berry 1990[a], "The Behavioral Consequences of Service Quality", **Journal of Marketing**, vol 60, no. 2, p. 31-46.

Parasuraman, A, V, A. Zeithaml dan L. L. Berry 1990[b], "Delivering Service Quality : Balancing Costumer Perceptions and Expectations", **Journal of Marketing,** New York : Free Press.

Parasuraman, A, V, A. Zeithaml dan L. L. Berry 1994, "Reassessment of Expectations as A Comparison Standar In Measuring Servie Quality : Implication For Further Research", **Journal of Marketing**, January (58) : 111-124.

Parasuraman, A, V, A. Zeithaml dan L. L. Berry 1998, "Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", **Journal of Retailing**, vol. 64 No.1 p. 12-37.

Setiawan, Eko, 2007, "Modified IPA – II Sebagai Upaya Identifikasi Potensi Perbaikan di Insititusi Perguruan Tinggi", **Jurnal IlmiahTeknik Industri**, vol.5, No.3, hal. 123-132.

Singarimbun, masri dan effendi sofian, 1998. **Metode Penelitian Survei**. Jakarta : LP3S.

Sugiyono, 1999, **Metode Penelitian Bisnis**, Bandung : Alfabeta

Supranto, J. (2006), **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar, Cetakan Ketiga**, PT.Rineka Cipta, Jakarta.

Tjiptono, F, & Chandra, G, 2005, **Service Quality & Satisfaction**, Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy, 2001, **Strategi Pemasaran, Edisi 2**, Cetakan 5 Yogyakarta : Andi

Tjiptono, Fandy, Chandra, Gregorius dan Adriana, Dedi, 2008, **Pemasaran Stratejik**, Yogyakarta : Andi.

Zeithaml, V.A; Parasuraman, A.A. & Berry, L.L. 1990.**Delivering Service Quality: Balancing Customer Perception and Expectation**. New York: The Free Press, p. 19.

Zeithaml, V. A & Bitner, 1996, **Service Marketing, McGraw-Hill Companies, Inc**, New York.

Yamit, Zulian. 2005. **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa**. Yogyakarta : Ekonisia.

Reliability Sarana (Kenyataan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	49.5
	Excluded[a]	102	50.5
	Total	202	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
p1	3.91	.842	100
p2	3.88	.729	100
p3	3.89	.777	100
p4	3.75	.869	100
p5	3.97	.822	100
p6	3.86	.792	100
p7	3.83	.739	100
p8	3.47	.784	100
p9	3.73	.763	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	30.38	17.753	.608	.825
p2	30.41	18.305	.632	.823
p3	30.40	18.545	.541	.832
p4	30.54	19.766	.292	.860
p5	30.32	17.654	.643	.821
p6	30.43	18.106	.600	.826
p7	30.46	18.251	.629	.824
p8	30.82	18.614	.524	.834
p9	30.56	18.067	.635	.823

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
34.29	22.774	4.772	9

Reliability Prasarana (Kenyataan)

Scale: ALL VARIABLES

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
p10	3.84	.707	100
p11	3.40	.921	100
p12	3.46	.881	100
p13	3.56	.857	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p10	10.42	5.034	.317	.797
p11	10.86	3.455	.652	.628
p12	10.80	3.515	.680	.612
p13	10.70	3.929	.552	.689

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.26	6.538	2.557	4

Reliability Kualitas Montir (Kenyataan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	49.5
	Excluded[a]	102	50.5
	Total	202	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
p14	3.76	.818	100
p15	3.79	.868	100
p16	3.80	.816	100
p17	3.68	.790	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p14	11.27	3.997	.652	.733
p15	11.24	3.962	.602	.758
p16	11.23	4.098	.615	.751
p17	11.35	4.250	.591	.763

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.03	6.797	2.607	4

Reliability Kualitas Karyawan (kenyataan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	49.5
	Excluded[a]	102	50.5
	Total	202	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
p18	3.86	.792	100
p19	4.02	.738	100
p20	3.89	.709	100
p21	3.78	.860	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p18	11.69	4.135	.481	.852
p19	11.53	3.726	.715	.748
p20	11.66	3.863	.698	.758
p21	11.77	3.310	.723	.741

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.55	6.311	2.512	4

Reliability Prosedur Bengkel (Kenyataan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	49.5
	Excluded[a]	102	50.5
	Total	202	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
p22	3.76	.793	100
p23	3.71	.769	100
p24	3.66	.755	100
KPB	11.13	2.018	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p22	18.50	11.141	.855	.795
p23	18.55	11.644	.773	.821
p24	18.60	11.596	.803	.815
KPB	11.13	4.074	1.000	.841

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
22.26	16.295	4.037	4

Reliability Sarana (Harapan)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	49.5
	Excluded[a]	102	50.5
	Total	202	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	4.29	.478	100
X2	4.31	.526	100
X3	4.27	.679	100
X4	4.25	.626	100
X5	4.26	.562	100
X6	4.42	.535	100
X7	4.28	.533	100
X8	4.33	.473	100
X9	4.36	.595	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	34.48	9.323	.513	.825
X2	34.46	8.897	.597	.816
X3	34.50	8.697	.471	.833
X4	34.52	9.000	.441	.834
X5	34.51	8.798	.580	.817
X6	34.35	8.917	.577	.818
X7	34.49	8.959	.565	.819
X8	34.44	9.158	.583	.819
X9	34.41	8.406	.663	.807

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
38.77	11.048	3.324	9

Reliability Prasarana (Harapan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	49.5
	Excluded[a]	102	50.5
	Total	202	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X10	4.38	.488	100
X11	4.32	.530	100
X12	4.22	.596	100
X13	4.31	.526	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X10	12.85	1.745	.450	.716
X11	12.91	1.416	.687	.579
X12	13.01	1.444	.533	.674
X13	12.92	1.670	.453	.716

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.23	2.563	1.601	4

Reliability Kualitas Montir (Harapan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	49.5
	Excluded[a]	102	50.5
	Total	202	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X14	4.40	.492	100
X15	4.43	.498	100
X16	4.38	.582	100
X17	4.43	.498	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X14	13.24	1.497	.711	.664
X15	13.21	1.461	.739	.649
X16	13.26	1.548	.490	.785
X17	13.21	1.764	.443	.795

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.64	2.596	1.611	4

Reliability Kualitas Karyawan (Harapan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	49.5
	Excluded[a]	102	50.5
	Total	202	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X18	4.38	.488	100
X19	4.34	.497	100
X20	4.19	.647	100
X21	4.26	.579	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X18	12.79	1.905	.435	.712
X19	12.83	1.900	.424	.717
X20	12.98	1.454	.549	.654
X21	12.91	1.436	.689	.557

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.17	2.728	1.652	4

Reliability Prosedur Bengkel (Harapan)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	49.5
	Excluded[a]	102	50.5
	Total	202	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.668	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X22	4.41	.494	100
X23	4.19	.506	100
X24	4.33	.514	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X22	8.52	.717	.499	.548
X23	8.74	.720	.469	.588
X24	8.60	.707	.472	.583

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.93	1.379	1.174	3

Correlations Sarana (Harapan)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	HS
X1	Pearson Correlation	1	.362**	.441**	.262**	.356**	.546**	.193	.243*	.340**	.615**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.008	.000	.000	.054	.015	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.362**	1	.413**	.161	.442**	.358**	.408**	.478**	.576**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.109	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.441**	.413**	1	.291**	.211*	.268**	.347**	.254*	.357**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.035	.007	.000	.011	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	.262**	.161	.291**	1	.388**	.347**	.303**	.367**	.299**	.587**
	Sig. (2-tailed)	.008	.109	.003		.000	.000	.002	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	.356**	.442**	.211*	.388**	1	.540**	.361**	.320**	.503**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.035	.000		.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	.546**	.358**	.268**	.347**	.540**	1	.362**	.325**	.377**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	.193	.408**	.347**	.303**	.361**	.362**	1	.551**	.507**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.054	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X8	Pearson Correlation	.243*	.478**	.254*	.367**	.320**	.325**	.551**	1	.579**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.011	.000	.001	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	.340**	.576**	.357**	.299**	.503**	.377**	.507**	.579**	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
HS	Pearson Correlation	.615**	.694**	.623**	.587**	.687**	.679**	.669**	.673**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations Prasarana (Harapan)

Correlations

		X10	X11	X12	X13	HPRA
X10	Pearson Correlation	1	.541**	.300**	.245*	.676**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.014	.000
	N	100	100	100	100	100
X11	Pearson Correlation	.541**	1	.543**	.438**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	.300**	.543**	1	.392**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X13	Pearson Correlation	.245*	.438**	.392**	1	.694**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
HPRA	Pearson Correlation	.676**	.842**	.772**	.694**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations Kualitas Montir (Harapan)

Correlations

		X14	X15	X16	X17	HKM
X14	Pearson Correlation	1	.775**	.416**	.487**	.845**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X15	Pearson Correlation	.775**	1	.546**	.388**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X16	Pearson Correlation	.416**	.546**	1	.267**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.007	.000
	N	100	100	100	100	100
X17	Pearson Correlation	.487**	.388**	.267**	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007		.000
	N	100	100	100	100	100
HKM	Pearson Correlation	.845**	.863**	.739**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations Kualitas Karyawan (Harapan)

Correlations

		X18	X19	X20	X21	HKK
X18	Pearson Correlation	1	.462**	.249*	.362**	.659**
	Sig. (2-tailed)		.000	.012	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X19	Pearson Correlation	.462**	1	.237*	.356**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000		.018	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X20	Pearson Correlation	.249*	.237*	1	.730**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.012	.018		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X21	Pearson Correlation	.362**	.356**	.730**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
HKK	Pearson Correlation	.659**	.655**	.792**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations Prosedur Bengkel (Harapan)

Correlations

		X22	X23	X24	HPB
X22	Pearson Correlation	1	.412**	.417**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X23	Pearson Correlation	.412**	1	.378**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X24	Pearson Correlation	.417**	.378**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
HPB	Pearson Correlation	.781**	.770**	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations Sarana (Kenyataan)

Correlations

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	KS
p1	Pearson Correlation	1	.427**	.355**	.259**	.492**	.329**	.511**	.401**	.512**	.713**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.009	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2	Pearson Correlation	.427**	1	.512**	.223*	.449**	.531**	.468**	.329**	.468**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.025	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p3	Pearson Correlation	.355**	.512**	1	.228*	.374**	.385**	.354**	.318**	.443**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.022	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p4	Pearson Correlation	.259**	.223*	.228*	1	.300**	.257**	.169	.085	.126	.454**
	Sig. (2-tailed)	.009	.025	.022		.002	.010	.093	.399	.213	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p5	Pearson Correlation	.492**	.449**	.374**	.300**	1	.521**	.457**	.461**	.389**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p6	Pearson Correlation	.329**	.531**	.385**	.257**	.521**	1	.477**	.367**	.388**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.010	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p7	Pearson Correlation	.511**	.468**	.354**	.169	.457**	.477**	1	.383**	.580**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.093	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

p8	Pearson Correlation	.401**	.329**	.318**	.085	.461**	.367**	.383**	1	.535**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.399	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p9	Pearson Correlation	.512**	.468**	.443**	.126	.389**	.388**	.580**	.535**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.213	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KS	Pearson Correlation	.713**	.719**	.651**	.454**	.739**	.701**	.718**	.638**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations Prasarana (Kenyataan)

Correlations

		p10	p11	p12	p13	KP
p10	Pearson Correlation	1	.332**	.298**	.166	.554**
	Sig. (2-tailed)		.001	.003	.098	.000
	N	100	100	100	100	100
p11	Pearson Correlation	.332**	1	.617**	.507**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p12	Pearson Correlation	.298**	.617**	1	.579**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p13	Pearson Correlation	.166	.507**	.579**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.098	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
KP	Pearson Correlation	.554**	.835**	.843**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations Kualitas Montir (Kenyataan)

Correlations

		p14	p15	p16	p17	KKM
p14	Pearson Correlation	1	.540**	.547**	.490**	.813**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p15	Pearson Correlation	.540**	1	.467**	.476**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p16	Pearson Correlation	.547**	.467**	1	.495**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p17	Pearson Correlation	.490**	.476**	.495**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
KKM	Pearson Correlation	.813**	.793**	.791**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations Kualitas Karyawan (Kenyataan)

Correlations

		p18	p19	p20	p21	KKK
p18	Pearson Correlation	1	.437**	.386**	.444**	.705**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p19	Pearson Correlation	.437**	1	.660**	.660**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p20	Pearson Correlation	.386**	.660**	1	.672**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
p21	Pearson Correlation	.444**	.660**	.672**	1	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
KKK	Pearson Correlation	.705**	.844**	.828**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations Prosedur Bengkel (Kenyataan)

Correlations

		p22	p23	p24	KPB
p22	Pearson Correlation	1	.646**	.706**	.903**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
p23	Pearson Correlation	.646**	1	.559**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
p24	Pearson Correlation	.706**	.559**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
KPB	Pearson Correlation	.903**	.844**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

HARAPAN

N0	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24
1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
10	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
14	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
17	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
20	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
21	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
22	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
24	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
25	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3

26	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5
27	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
29	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
30	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5
38	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
39	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
42	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
46	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5
47	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
50	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

54	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
76	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
77	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
78	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
79	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5

82	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
83	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
84	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5
85	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
86	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4
87	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5
88	4	4	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
89	4	3	3	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	5	3	5	4	5	3	4	5	3	4
90	5	3	5	5	3	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4
91	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4
92	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	5	5	3	5	4	5	3	3	4	4	4
94	4	5	3	3	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5
95	5	4	5	3	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	2	3	4	5	4
96	4	5	4	3	3	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	5	5	4	3	3	4	4	5
97	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	5	4	4
98	5	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	3	4	4	3	5
99	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4
100	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5
Total	**429**	**431**	**427**	**425**	**426**	**442**	**428**	**433**	**436**	**438**	**432**	**422**	**431**	**440**	**443**	**438**	**443**	**438**	**434**	**419**	**426**	**441**	**419**	**433**
Rata 2	**4.29**	**4.31**	**4.27**	**4.25**	**4.26**	**4.42**	**4.28**	**4.33**	**4.36**	**4.38**	**4.32**	**4.22**	**4.31**	**4.4**	**4.43**	**4.38**	**4.43**	**4.38**	**4.34**	**4.19**	**4.26**	**4.41**	**4.19**	**4.33**

KINERJA																								
NO	**X1**	**X2**	**X3**	**X4**	**X5**	**X6**	**X7**	**X8**	**X9**	**X10**	**X11**	**X12**	**X13**	**X14**	**X15**	**X16**	**X17**	**X18**	**X19**	**X20**	**X21**	**X22**	**X23**	**X24**
1	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3
4	4	4	4	4	5	3	2	2	2	3	3	3	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	2	3
5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
6	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3	3	3
7	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3
8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	3	4	3	5	3	4	3	3	3	2	2	3	4	2	2	2	1	3	3	4	3	3	3	3
10	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
11	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3
12	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4
13	2	5	3	4	5	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	5	3
14	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
16	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	4	4	3	2	5	5	5	5	4	5
17	4	3	2	1	2	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3	2	2	3
18	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4
19	2	1	2	4	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1
20	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
21	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
22	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
24	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	3	3	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5
25	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4

27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
28	5	4	3	5	5	5	5	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
29	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
30	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	2	3	2	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
31	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
32	5	3	3	4	5	3	3	5	5	5	2	2	3	4	2	2	3	4	4	4	4	2	4	4
33	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4
34	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
35	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
36	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	1	1	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
37	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
38	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4
39	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
40	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
43	3	4	4	5	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
44	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
47	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	5	5	3	4	2	3	4	5	5	2	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4
50	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4
51	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	3	3
54	4	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4

55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
58	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4
59	2	4	3	4	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	3
60	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4
61	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	3	2	4	4	4	4	4	4
62	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	2	3	2	2	2	3	3	2	5	4	5	4	3	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
64	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
65	4	4	5	4	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3
66	4	5	3	2	3	2	4	3	3	4	2	3	4	4	4	5	2	4	4	4	4	3	3	3
67	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3
68	3	5	4	3	4	5	3	3	3	3	2	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3
69	3	3	3	2	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3
70	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
71	3	2	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
72	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3
73	5	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3
74	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
75	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
76	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
77	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
78	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
79	3	4	5	4	2	3	4	2	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
82	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4

83	3	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
84	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
85	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
86	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
87	2	4	4	2	2	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	3	2	4	4	3
88	3	4	4	5	3	3	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
89	4	3	3	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2
90	3	3	4	5	3	4	3	4	3	4	3	2	2	4	3	5	4	4	3	3	2	4	3	4
91	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3
92	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3
93	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4
94	4	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3
95	3	4	5	3	3	4	3	3	4	5	5	3	2	4	3	4	4	3	3	2	2	2	4	2
96	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
97	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	2	4	3	5	4	3	4	3	2	3	3	3
98	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3
99	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
100	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3
Total	**391**	**388**	**389**	**375**	**397**	**386**	**383**	**347**	**373**	**384**	**340**	**346**	**356**	**376**	**379**	**380**	**368**	**386**	**402**	**389**	**378**	**376**	**371**	**366**
Rata2	**3.91**	**3.88**	**3.89**	**3.75**	**3.97**	**3.86**	**3.83**	**3.47**	**3.73**	**3.84**	**3.4**	**3.46**	**3.56**	**3.76**	**3.79**	**3.8**	**3.68**	**3.86**	**4.02**	**3.89**	**3.78**	**3.76**	**3.71**	**3.66**

KUESIONER PENELITIAN

Kami sangat mengharapkan bantuan anda, untuk memberikan masukan dan kesan anda dengan mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Bantuan anda sangat berharga sekali dalam penelitian ini.

Terimakasih atas waktu luang anda untuk mengisi kuesioner ini.

Berilah tanda silang (X) untuk jawaban yang sesuai

Data pelanggan

Nama :.....

Alamat :.....

Usia :..... Tahun

Jenis kelamin : ☐ **Laki-Laki** ☐ **Perempuan**

Petunjuk Pengisian

BAGIAN KINERJA

Bagian ini ditunjukkan untuk mengetahui **PERSEPSI** serta **KEPUASAN** terhadap kinerja/performance layanan yang diberikan oleh bengkel CV. Marabunta Motor. Terdiri dari 5(LIMA) aspek, yaitu sarana, prasarana, kualitas montir, kualitas karyawan dan prosedur bengkel. Jika menurut saudara suatu pernyataan adalah **Sangat Tidak Setuju** berilah tanda silang (X) pada angka 1 pada pernyataan yang bersangkutan. Jika **Tidak Setuju** berilah tanda silang (X) pada angka 2 pada pernyataan yang bersangkutan, jika **Cukup Setuju** berilah tanda silang (X) pada angka 3 pada pernyataan yang bersangkutan, jika **Setuju** berilah tanda silang (X) pada angka 4 pada pernyataan yang bersangkutan, jika **Sangat Setuju** berilah tanda silang (X) pada angka 5 pada pernyataan yang bersangkutan.

BAGIAN KEPENTINGAN

Bagian ini ditujukan untuk mengetahui **HARAPAN** atau **KEPENTINGAN** saudara terhadap pelayanan dari bengkel CV. Marabunta Motor. Terdiri dari 5(LIMA) aspek, yaitu sarana, prasarana, kualitas montir, kualitas karyawan dan prosedur bengkel. Jika menurut saudara suatu pernyataan adalah **Sangat Tidak Setuju** berilah tanda silang (X) pada angka 1 pada pernyataan yang bersangkutan. Jika **Tidak Setuju** berilah tanda silang (X) pada angka 2 pada pernyataan yang bersangkutan, jika **Cukup Setuju** berilah tanda silang (X) pada angka 3 pada pernyataan yang bersangkutan, jika **Setuju** berilah

tanda silang (X) pada angka 4 pada pernyataan yang bersangkutan, jika **Sangat Setuju** berilah tanda silang (X) pada angka 5 pada pernyataan yang bersangkutan.

Contoh :

- Lingkungan bengkel yang bersih

  Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas lingkungan bengkel yang bersih

  Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

  Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas Lingkungan bengkel yang bersih

  Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

  Jelaskan harapan saudara

  Lingkungan bengkel belum bersih, kebersihan lingkungan bengkel penting bagi saya...

DAFTAR PERTANYAAN

KUALITAS SARANA

1. **Lingkungan bengkel yang bersih**

   Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas lingkungan bengkel yang bersih

   Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

   Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas Lingkungan bengkel yang bersih

   Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

   Jelaskan harapan saudara

   .....

2. **Kamar mandi yang bersih**

   Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas kamar mandi yang bersih

   Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

   Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas kamar mandi yang bersih

   Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

   Jelaskan harapan saudara

   .....

3. **Ruang tunggu yang nyaman**

   Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas ruang tunggu yang nyaman

   Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

   Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas ruang tunggu yang nyaman

   Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

   Jelaskan harapan saudara

4. **Lingkungan bengkel yang nyaman**

   Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas lingkungan bengkel yang nyaman

   Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

   Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas lingkungan bengkel yang nyaman

   Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

   Jelaskan harapan saudara

   .....

5. **Fasilitas ruang tunggu yang lengkap**

   Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas fasilitas ruang tunggu yang lengkap

   Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

   Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas fasiltas ruang tunggu yang lengkap

   Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

   Jelaskan harapan saudara

   .....

6. **Pengadaan pelayanan *booking service***

   Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas pelayanan *booking service*

   Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

   Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas pelayanan *booking service*

   Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

   Jelaskan harapan saudara

   .....

7. **Penambahan fasilitas cuci motor**

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas penambahan fasilitas cuci motor

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas penambahan fasilitias cuci motor

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

8. **Ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis**

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas ruang penyimpanan kendaraan yang telah selesai diservis

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

9. **Bangunan bengkel yang nyaman bagi pelanggan**

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas bangunan bengkel yang nyaman

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas bangunan bengkel yang nyaman

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

KUALITAS PRASARANA

10. Peralatan bengkel yang lengkap

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas peralatan bengkel yang lengkap

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas peralatan bengkel yang lengkap

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

11. Suku cadang asli yang tersedia

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas suku cadang asli yang tersedia

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas suku cadang asli yang tersedia

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

12. Areal parkir yang nyaman

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas areal parkir yang nyaman

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas areal parkir yang nyaman

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

13. Bengkel menyediakan paket servis bagi pelanggan

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas penyediaan paket servis bagi pelanggan

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas penyediaan paket servis bagi pelanggan

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

KUALITAS MONTIR

14. Montir terampil dalam menangani kerusakan motor

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas montir yang terampil dalam menangani kerusakan motor

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas montir yang terampil dalam menangani kerusakan motor

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

15. Montir bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas montir yang bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas montir yang bertindak tepat dalam menangani kerusakan motor

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

16. Montir ramah terhadap pelanggan

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas montir yang ramah terhadap pelanggan

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas montir yang ramah terhadap pelanggan

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

17. **Montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan motor**

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan motor

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas montir memberikan informasi yang benar kepada pelanggan mengenai kerusakan motor

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

KUALITAS KARYAWAN

18. **Karyawan berpenampilan rapi**

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas karyawan yang berpenampilan rapi

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas karyawan yang berpenampilan rapi

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

19. Karyawan ramah dalam menanggapi pelanggan

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas karyawan yang ramah dalam menanggapi pelanggan

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas karyawan yang ramah dalam menanggapi pelanggan

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

20. Karyawan yang terampil dalam menangani administrasi

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas karyawan yang terampil dalam menangani administrasi

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas karyawan yang terampil menangani administrasi

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

21. Karyawan tanggap atas permintaan/keluhan pelanggan

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas karyawan yang tanggap atas permintaan/keluhan pelanggan

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas karyawan yang tanggap atas permintaan/keluhan pelanggan

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

KUALITAS PROSEDUR BENGKEL

22. **Terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis**

    Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis

    Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

    Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas terdapat pengecekan akhir sebelum sepeda motor dinyatakan selesai di servis

    Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

    Jelaskan harapan saudara

    .....

23. **Karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya**

    Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya

    Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

    Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas karyawan dan montir disiplin dalam menyelesaikan pekerjaannya

    Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

    Jelaskan harapan saudara

    .....

24. Karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel

Kinerja (Kenyataan) bengkel CV. Marabunta Motor atas karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel

Sangat Tidak Setuju | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Setuju**

Tingkat Kepentingan (Harapan) Saudara atas karyawan dan montir menggunakan seragam pada saat melakukan aktivitas di bengkel

Sangat Tidak Penting | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **Sangat Penting**

Jelaskan harapan saudara

.....

Terima kasih atas partisipasi Anda, semoga hasil kuesioner ini dapat menjadi masukan yang berguna dalam rangka peningkatan kinerja Bengkel CV. Marabunta Motor