

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LAYANAN PURNA JUAL AVANZA DENGAN METODE SERVQUAL DAN PGCV (Studi Kasus BPPT HADJI KALLA CABANG URIP MAKASSAR)

Armin Darmawan^{1*}, Mulyadi², Nur Khaerani Busri³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri Jurusan Mesin, Universitas Hasanuddin

Abstract This research examine customer level of satisfaction at service and repair in Toyota Hadji Kalla that aim to determine attributes which are priorities at PGCV index analysis. Method used in this study is servqual. This method is a tool used to measure quality of service attribute of each dimension (tangible, reliability, responseiveness, empathy, and assurance). So we get the value of gap from different value between perception and expectation in customer value. This research followed by Potential Gain Customer Value (PGCV) method. Based on the survey results, the overall value of the average interest rate is 4.435 and the average value of the performance level is 3.924, which means there is a gap between the service desired by the customer service received by 0.511. By using PGCV index priority improvements to enhance the level of customer satisfaction is the availability of the quantity of automobile parts and components that meet the needs of customers, employees BPPT HK able to meet the delivery schedule of the vehicle as promised schedule, as well as employees of HK BPPT has properties polite, friendly, honest, and trustworthy.

Key Word customer Satisfaction, Service Quality (Servqual) and PGCV Index

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan industri otomotif nasional yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk terus melakukan perubahan-perubahan terhadap cara melayani konsumen, menangani persaingan dan dalam mengeluarkan produk. Salah satu industri otomotif yang terus berkembang dan semakin canggih adalah mobil. Mobil adalah salah satu sarana transportasi yang marak berkembang saat ini dan bahkan bisa dikategorikan sebagai kebutuhan primer. Kualitas pelayanan dalam hal ini layanan purna jual yang diberikan juga penting untuk diperhatikan. Layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen setelah terjadinya transaksi penjualan [1].

PT. Hadji Kalla Urip adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang barang dan jasa.

PT. Hadji Kalla merupakan dealer resmi yang memberikan pelayanan purna jual, menyediakan *show room* yang berfungsi melakukan penjualan serta dilengkapi fasilitas bengkel yang berfungsi untuk memberikan pelayanan jasa (*service*) kepada yang akan melakukan perawatan mobilnya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan pada PT. Hadji Kalla cabang Urip Makassar tersebut terdapat permasalahan pada kepuasan pelanggan, khusus pada divisi *service after sales* atau yang dikenal dengan Bengkel Perawatan dan Perbaikan Toyota (BPPT) Hadji Kalla Urip. Hal ini terlihat dari adanya keluhan dari para pelanggan. Keluhan tersebut tergambar pada sistem pengawasan pengerjaan sistem kendaraan servis di *Job Progress Control*. Di dalam sistem tersebut telah tersedia masing-masing teknisi untuk mengerjakan 1 kendaraan dalam waktu tertentu. Jika waktu yang diberikan melebihi target pengerjaan, maka secara otomatis sistem akan memberikan tanda merah setiap kendaraan yang di input di sistem *Job Progress Control*. Tanda merah tersebut mengisyaratkan bahwa kendaraan yang dikerjakan oleh teknisi yang bersangkutan telah melewati batas pengerjaan yang diberikan.

* Corresponding author: Armin Darmawan, Mulyadi, Nur Khaerani Busri
darmawanarmin@gmail.com

Published online at <http://JEMIS.ub.ac.id/>

Copyright © 2014 JTI UB Publishing. All Rights Reserved

Metode Servqual (*Service Quality*) merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan pada persepsi dan harapannya. Kualitas atribut pelayanan dapat diketahui dengan perhitungan *gap score*, yakni kesenjangan antara harapan (ekspektasi) dan persepsi pelanggan. Dari hasil perhitungan *gap score* metode Servqual dapat ditentukan prioritas upaya peningkatan pelayanan dengan menggunakan Indeks *Potential Gain Customer Value* (PGCV).

Pada PT. Toyota Astra Motor melakukan kerja sama pada lembaga survey untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dengan melakukan survey melalui telepon kepada 10 responden setiap bulannya. Tetapi sistem ini belum mewakili suara pelanggan untuk dijadikan sebagai alat untuk menilai kualitas layanan tersebut. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penilaian terhadap kualitas layanan pada BPPT Hadji Kalla dengan menggunakan metode Servqual yang merupakan standar untuk penilaian atas berbagai dimensi kualitas layanan.

Dalam hal ini akan dilakukan penelitian sebagai Tugas Akhir dengan judul: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Purna Jual Avanza dengan Metode Servqual dan PGCV (Studi Kasus BPPT Hadji Kalla Cabang Urip Makassar).

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai : “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen” [2]. Lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh industri jasa antara lain [2]:

1. Berwujud (*Tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak internal.
2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Daya Tangkap (*Responsiveness*), yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan taat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumennya terhadap perusahaan jasanya.
5. Empati, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Metode kualitas layanan yang paling populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset manajemen dan pemasaran jasa adalah metode

Servqual. Metode Servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kriteria-kriteria kualitas yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya berdasarkan *gap* yang terjadi antara persepsi dan harapan pelanggan. Skor Servqual untuk setiap pasang pernyataan, bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut [3]:

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Ekspektasi} \quad (\text{Pers 1})$$

Indeks PGCV adalah perpanjangan dari metode analisis pemasaran yang umum digunakan yaitu *Importance/Performance Analysis* (IPA). Analisis pelanggan melalui angka indeks merupakan konsep dan peralatan yang mudah untuk menganalisis pelanggan. Kemudahan tersebut memberikan jalan bagi diagram IP untuk dibandingkan dalam bentuk kualitatif yang lebih terperinci.

Langkah pertama dalam menghitung indeks PGCV adalah mencari nilai ACV atau *Achieved Customer Value*, yaitu dengan mengalikan antara variabel *importance* dengan variabel *performance*, yaitu:

$$\text{ACV} = I \times P \quad (\text{Pers 2})$$

Keterangan:

ACV = Nilai pencapaian konsumen

I = (Importance) nilai rata-rata untuk harapan

P = (performance) nilai rata-rata untuk kinerja

Setelah mendapat nilai ACV, maka selanjutnya adalah mencari UDCV atau *Ultimate Desired Customer Value*, yang mana nilai ini didapatkan dengan rumus:

$$\text{UDCV} = I \times P_s \quad (\text{Pers. 3})$$

Keterangan:

UDCV = Nilai akhir keinginan konsumen

I = Nilai rata-rata untuk harapan

P_s = Nilai kinerja maksimum dalam skala likert yang dipilih

Dan terakhir nilai indeks PGCV adalah nilai *Ultimate Desired Customer Value* dikurangi dengan *Achieved Customer Value*, yaitu:

$$\text{PGCV} = \text{UDCV} - \text{ACV} \quad (\text{Pers. 4})$$

Kesimpulan yang didapat, bila suatu item mendapatkan nilai indeks PGCV terbesar, maka item

tersebut mendapatkan prioritas utama untuk diperbaiki kinerjanya baru menyusul item kedua dan seterusnya.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan pada BPPT Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo Makassar pada bulan Desember 2013 sampai dengan Januari 2014. Prosedur penelitian

1. Tahap Identifikasi

Mengidentifikasi masalah yang dijadikan sebagai bahan penelitian melalui *survey* pendahuluan terhadap objek yang diteliti serta studi *literature* tentang topik-topik yang berhubungan dengan permasalahan.

2. Tahap Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, baik yang bersifat kualitatif maupun bersifat kuantitatif. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui pengamatan langsung di BPPT Hadji Kalla Urip, penyebaran kuesioner dan wawancara dengan para pelanggan dan pihak perusahaan untuk dapat mengetahui kinerja BPPT Hadji Kalla Urip selama ini. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka, buku-buku, literatur yang terkait dengan penelitian ini.

3. Cara Pemilihan Sampel

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan pemilihan sampel (responden) dengan menggunakan salah satu teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik *purposive sampling* dimana dalam teknik ini adanya kriteria yang ditetapkan sebelum mengambil sampel tersebut.

4. Penyusunan dan Uji Coba Kuesioner

Kuesioner yang dibuat untuk pengukuran *index* dengan riset deskriptif merupakan hasil riset pendahuluan yang selanjutnya diuji validitasnya. Kuesioner tersebut disusun berdasarkan rincian atribut mutu pelayanan yang meliputi ke lima dimensi kualitas pelayanan yang telah diperoleh dengan menggunakan metode *Focus Group Discussion*, dimana pihak yang terlibat dalam diskusi ini sebanyak 6 orang yaitu Koordinator *Customer Relation Person*, Koordinator *Toyota Warranty Claim (TWC) Administration*, Chief Mekanik, Koordinator *Sparepart*, dan 1 orang *Service Advisor* yang telah lama bekerja di BPPT Hadji Kalla Urip. Setelah melakukan diskusi, peneliti memilih dan menetapkan variabel

berdasarkan hasil diskusi dan berdasarkan pada literatur yang digunakan. Beberapa variabel akan dimasukkan sebagai bahan untuk membuat pertanyaan/pernyataan dalam kuesioner yang bersifat tertutup yang akan disebarakan kepada pelanggan *dealer* tersebut. Uji coba kuesioner ini hanya dilakukan terhadap 30 orang saja untuk mengukur kelayakan kuesioner tersebut.

5. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Sebelum kuesioner disebarakan kepada seluruh responden yang dijadikan sampel, maka perlu diadakan *pre test* untuk menyempurnakan kuesioner tersebut dari sisi isi, desain, validitas dan keandalan. Tes yang pertama adalah tes terhadap isi, desain, dan tampilan, sedangkan tes yang kedua adalah tes keandalan pertanyaan (validitas dan reliabilitas). Uji validitas digunakan untuk mengetahui komponen konstruk yang ditunjukkan dengan adanya korelasi antara satu dengan yang lainnya. Validasi (Keabsahan) konstruk ini digunakan untuk menentukan parameter yang tepat, sehingga mampu mengukur tingkat kepuasan pelanggan sesuai dengan harapannya selama ini, sedangkan reliabilitas atau keandalan menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran melalui kuesioner relatif konsisten dalam pengulangan pengukuran yang berbeda.

Sebuah kuesioner dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi antara pertanyaan satu dengan yang lainnya. Untuk mengukur korelasi antara pertanyaan dengan skor total digunakan teknik korelasi *product moment* dan alat bantu *Software Microsoft Excel 2007*, yaitu:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (\text{Pers 5})$$

Keterangan:

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total pertanyaan

n = banyaknya butir pertanyaan

r = index validitas

Bila diperoleh r hitung lebih besar dari r tabel pada tingkat signifikansi (α) = 0,05 maka pertanyaan pada kuesioner memiliki validitas konstruk atau terdapat konsistensi internal dalam pernyataan tersebut dan layak untuk digunakan. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan terhadap pertanyaan tingkat harapan konsumen dan tingkat kepuasan konsumen untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam mengukur sesuatu yang sama secara berulang sehingga mengetahui

tingkat kesalahan pengukuran. Pengukuran reliabilitas dengan menggunakan rumus *alpha cronbach* dengan bantuan *Microsoft SPSS* versi 16.00 for windows.

6. Pengolahan dan Analisa Data

Pada tahap ini akan dimulai dari uji validitas, uji reliabilitas, karakteristik responden, penilaian responden terhadap atribut pelayanan, pengolahan servqual, dan pengolahan dengan indeks *Potential Gain Customer Value (PGCV)*. Selanjutnya akan dilakukan analisis data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rekapitulasi hasil kuesioner Servqual

Tabel 1. Rekapitulasi hasil kuesioner Servqual

Dimensi	No	Pernyataan	Jumlah Nilai Harapan	Jumlah Nilai Kinerja
Tangibles	1.	BPPT HK memiliki peralatan yang modern.	451	426
	2.	Karyawan BPPT HK berpenampilan rapi.	453	421
	3.	Tersediannya kuantitas suku cadang dan komponen mobil yang memenuhi kebutuhan pelanggan.	454	349
	4.	BPPT HK memiliki fasilitas fisik seperti ruang tunggu, toilet, tempat parkir, dan mushollah.	438	404
	5.	Tersedianya pendingin ruangan dan media (cetak dan elektronik) di ruang tunggu.	441	402
Reliability	6.	Karyawan BPPT HK memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	437	389
	7.	Karyawan BPPT HK mampu memenuhi jadwal penyerahan kendaraan sesuai jadwal yang dijanjikan.	451	358
	8.	BPPT HK memberikan layanan secara tepat sejak awal.	439	381
	9.	Kegiatan administrasi BPPTHK rapi dan teratur.	445	408
	10.	Kualitas hasil perbaikan mobil memuaskan.	448	405
Responsiveness	11.	Karyawan BPPT HK memberikan tanggapan dengan baik dan cepat	438	392

		terhadap keluhan-keluhan pelanggan.		
	12.	Pelayanan dimulai tepat waktu.	445	410
	13.	Prosedur penyampaian informasi yang jelas dan mudah dimengerti.	445	390
	14.	BPPT HK memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pelayanan pemeliharaan dan perbaikan.	442	396
Assurance	15.	BPPT HK memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil kinerja karyawan.	448	400
	16.	Karyawan BPPT HK memiliki sikap sopan, ramah, jujur, dan dapat dipercaya.	445	367
	17.	Tarif biaya layanan sesuai dengan kualitas kerja yang diterima.	443	399
	18.	Karyawan BPPT HK mempunyai kemampuan, pengetahuan yang luas dan kecakapan dalam menjalankan tugasnya.	446	398
Empathy	19.	BPPT HK memiliki jam beroperasi yang nyaman bagi semua pelanggannya (07.30-16.30)	437	402
	20.	BPPT HK memiliki karyawan yang memberikan perhatian personal kepada Anda.	439	372
	21.	BPPT HK selalu mengutamakan kepentingan Anda.	437	356
	22.	Karyawan BPPT HK memahami kebutuhan spesifik Anda.	434	407

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan pemilihan sampel (responden) dengan menggunakan salah satu teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik *purposive sampling* dimana dalam teknik ini adanya kriteria yang ditetapkan sebelum mengambil sampel tersebut. Adapun kriteria responden yang dijadikan sampel adalah pelanggan BPPT Haji Kalla Urip Sumoharjo yang telah menggunakan jasa pelayanan BPPT Haji Kalla Urip dengan frekuensi lebih dari 1 kali, baik itu transaksi pembelian suku cadang maupun telah menggunakan jasa perbaikan kondisi mobil. Responden dijadikan sebagai sampel berjumlah 100 orang yang diambil dari seluruh jumlah populasi pelanggan BPPT Haji Kalla Urip khusus

kendaraan merek Avanza yang hingga saat ini telah mencapai 42.695 orang pada periode 2012-2013. Sampel ini diambil berdasarkan pada rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (\text{Pers. 1})$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = % kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sample yang masih dapat ditolerir/diinginkan. Dalam penelitian ini digunakan e=10%, karena untuk penelitian deskriptif sampel sebanyak 100 subjek tergolong esensial [4].

Dengan menggunakan rumus tersebut diperoleh sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{42.695}{1+42.695 (10\%)^2} = 99,76633$$

Jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden untuk mendapatkan hasil perhitungan yang esensial.

Pengolahan Servqual

Gambaran hasil penelitian berdasarkan dimensi *Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* dapat ditunjukkan oleh tabel dibawah ini yang didapatkan dari hasil pengolahan data menggunakan *Software Microsoft Office Excel 2007*.

Tabel 2. Nilai gap antara ekspektasi dan persepsi BPPT Hadji Kalla Periode 2012-2013

Dimensi	Variabel	Pernyataan	Rata-rata		Gap
			Persepsi	Ekspektasi	
Tangibles	P1	BPPT HK memiliki peralatan yang modern.	4,260	4,510	-0,25
	P2	Karyawan BPPT HK berpenampilan rapi.	4,210	4,530	-0,32
	P3	Tersediannya kuantitas suku cadang dan komponen mobil yang memenuhi kebutuhan pelanggan.	3,490	4,540	-1,05
	P4	BPPT HK memiliki fasilitas fisik seperti ruang tunggu, toilet, tempat parkir, dan mushollah.	4,040	4,380	-0,34
	P5	Tersedianya pendingin ruangan dan media (cetak dan elektronik) di ruang tunggu.	4,020	4,410	-0,39
Reliability	P6	Karyawan BPPT HK memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	3,890	4,370	-0,48

	P7	Karyawan BPPT HK mampu memenuhi jadwal penyerahan kendaraan sesuai jadwal yang dijanjikan.	3,580	4,510	-0,93
	P8	BPPT HK memberikan layanan secara tepat sejak awal.	3,810	4,390	-0,58
	P9	Kegiatan administrasi BPPT HK rapi dan teratur.	4,080	4,450	-0,37
	P10	Kualitas hasil perbaikan mobil memuaskan.	4,050	4,480	-0,43
Responsiveness	P11	Karyawan BPPT HK memberikan tanggapan dengan baik dan cepat terhadap keluhan-keluhan pelanggan.	3,920	4,380	-0,46
	P12	Pelayanan dimulai tepat waktu.	4,100	4,450	-0,35
	P13	Prosedur penyampaian informasi yang jelas dan mudah dimengerti.	3,900	4,450	-0,55
	P14	BPPT HK memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pelayanan pemeliharaan dan perbaikan.	3,960	4,420	-0,46
Assurance	P15	BPPT HK memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil kinerja karyawan.	4,000	4,480	-0,48
	P16	Karyawan BPPT HK memiliki sikap sopan, ramah, jujur, dan dapat dipercaya.	3,670	4,450	-0,78
	P17	Tarif biaya layanan sesuai dengan kualitas kerja yang diterima.	3,990	4,430	-0,44
	P18	Karyawan BPPT HK mempunyai kemampuan, pengetahuan yang luas dan kecakapan dalam menjalankan tugasnya.	3,980	4,460	-0,48
Empathy	P19	BPPT HK memiliki jam beroperasi yang nyaman bagi semua pelanggannya (07.30-16.30).	4,020	4,370	-0,35
	P20	BPPT HK memiliki karyawan yang memberikan perhatian personal kepada Anda.	3,720	4,390	-0,67
	P21	BPPT HK selalu mengutamakan kepentingan Anda.	3,560	4,370	-0,81
	P22	Karyawan BPPT HK memahami kebutuhan spesifik Anda.	4,070	4,340	-0,27
Rata-rata			3,928	4,435	-0,511

Setelah kita hitung nilai *gap* antara persepsi dan ekspektasi tiap atribut pernyataan, selanjutnya dilakukan perhitungan nilai *gap* antar dimensi Servqual. Hal ini dilakukan untuk melihat sejauh mana selisih persepsi dan ekspektasi per dimensi. Tabel 3 berikut ini adalah hasil perhitungannya.

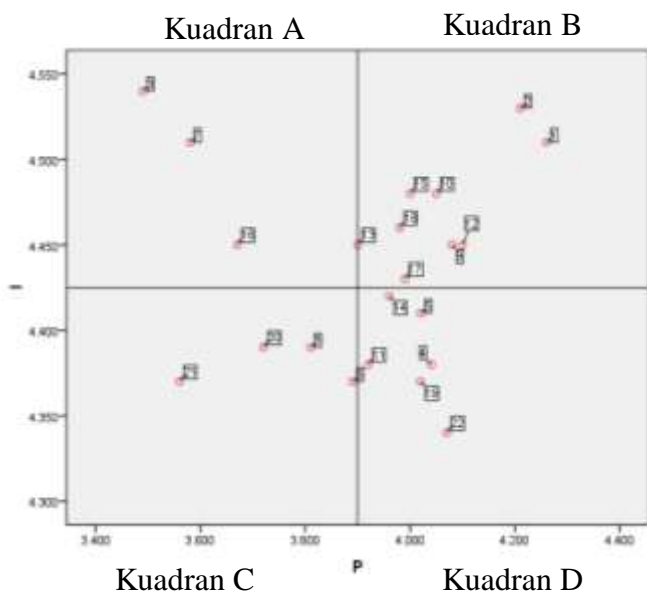
Tabel 3. Gap Antar Dimensi Servqual

Dimensi	Persepsi	Ekspektasi	Gap	Rank
Tangibles	4,004	4,474	-0,470	4
Reliability	3,882	4,440	-0,558	1
Responsiveness	3,970	4,425	-0,455	5
Assurance	3,910	4,455	-0,545	2
Empathy	3,843	4,368	-0,525	3
Rata-rata	3,922	4,432	-0,511	

Dari hasil perhitungan gap secara keseluruhan diperoleh nilai gap sebesar -0,511. Nilai gap yang negatif menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BPPT Hadji Kalla Urip masih di bawah harapan pelanggan.

Potential Gain Customer Value (PGCV)

Pengolahan data untuk menghitung nilai Indeks Potential Gain Customer Value (PGCV) adalah mengintegrasikan data persepsi dan ekspektasi dari perhitungan Servqual sebelumnya. Selanjutnya, untuk perhitungan Indeks PGCV, terlebih dahulu dibuat Diagram Importance-Performance agar memudahkan dalam menganalisis pelanggan melalui angka indeks dan memeberikan jalan agar dapat dibandingkan dalam bentuk kualitatif yang lebih terperinci. Diagram Importance-Performance ini dibuat dari data integrasi persepsi (tingkat kinerja) - ekspektasi (tingkat kepentingan) perhitungan Servqual dan diolah melalui software IBM Statistical Package forthe Social Sciences (SPSS) Statistics 16.0 for Windows, menghasilkan Gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Importance-Performance Atribut Layanan BPPT Hadji Kalla Urip

Adapun perhitungan Indeks Potential Gain Customer Value terlihat pada Tabel 8 dengan contoh perhitungan variabel atribut pertama (BPPT HK memiliki peralatan yang berpenampilan modern) sebagai berikut:

$$UDCV = I \times P_s = 4,510 \times 5 = 22,550$$

$$ACV = I \times P = 4,510 \times 4,260 = 19,213$$

Jadi,

$$PGCV = UDCV - ACV$$

$$= 22,550 - 19,213$$

$$= 3,337$$

Dari hasil perhitungan Indeks PGCV, diperoleh prioritas layanan yang diurutkan berdasarkan selisih terbesar UDCV dengan ACV yang disajikan dalam Tabel 9 berikut. Selanjutnya dapat disusun langkah-langkah perbaikan sesuai dengan layanan yang mendapat prioritas pertama hingga terakhir.

Tabel 4. Indeks Potential Gain Customer Value

Prioritas	PGCV	Atribut	Pernyataan
1	6,855	P3	Tersediannya kuantitas suku cadang dan komponen mobil yang memenuhi kebutuhan pelanggan.
2	6,404	P7	Karyawan BPPT HK mampu memenuhi jadwal penyerahan kendaraan sesuai jadwal yang dijanjikan.
3	6,293	P21	BPPT HK selalu mengutamakan kepentingan Anda.
4	5,919	P16	Karyawan BPPT HK memiliki sikap sopan, ramah, jujur, dan dapat dipercaya.
5	5,619	P20	BPPT HK memiliki karyawan yang memberikan perhatian personal kepada Anda.
6	5,224	P8	BPPT HK memberikan layanan secara tepat sejak awal.
7	4,895	P13	Prosedur penyampaian informasi yang jelas dan mudah dimengerti.
8	4,851	P6	Karyawan BPPT HK memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
9	4,730	P11	Karyawan BPPT HK memberikan tanggapan dengan baik dan cepat terhadap keluhan-keluhan pelanggan.
10	4,597	P14	BPPT HK memberikan kemudahan pelayanan dalam akses pelayanan pemeliharaan dan perbaikan.
11	4,549	P18	Karyawan BPPT HK mempunyai kemampuan, pengetahuan yang luas dan kecakapan dalam menjalankan tugasnya.
12	4,480	P15	BPPT HK memberikan jaminan apabila terjadi kesalahan pada hasil kinerja karyawan.
13	4,474	P17	Tarif biaya layanan sesuai dengan kualitas kerja yang diterima.
14	4,322	P5	Tersediannya pendingin ruangan dan media (cetak dan elektronik) di ruang tunggu.
15	4,283	P19	BPPT HK memiliki jam beroperasi yang nyaman bagi semua pelanggannya (07.30-16.30)

16	4,256	P10	Kualitas hasil perbaikan mobil memuaskan.
17	4,205	P4	BPPT HK memiliki fasilitas fisik seperti ruang tunggu, toilet, tempat parkir, dan mushollah.
18	4,094	P9	Kegiatan administrasi BPPTHK rapi dan teratur.
19	4,036	P22	Karyawan BPPT HK memahami kebutuhan spesifik Anda.
20	4,005	P12	Pelayanan dimulai tepat waktu.
21	3,579	P2	Karyawan BPPT HK berpenampilan rapi.
22	3,337	P1	BPPT HK memiliki peralatan yang modern.

Pembahasan

Analisis Servqual

1. Dari hasil perhitungan Servqual diketahui nilai persepsi layanan tertinggi berada pada atribut P1 (BPPT HK memiliki peralatan yang berpenampilan modern) dengan nilai persepsinya 4,260. Untuk nilai persepsi layanan terendah berada pada atribut P3 (Tersediannya kuantitas suku cadang dan komponen mobil yang memenuhi kebutuhan pelanggan) dengan nilai persepsi sebesar 3,490.
2. Untuk nilai ekspektasi layanan tertinggi berada pada atribut P3 (Tersediannya kuantitas suku cadang dan komponen mobil yang memenuhi kebutuhan pelanggan) dengan nilai ekspektasinya sebesar 4,540. Untuk nilai ekspektasi layanan terendah berada pada atribut P22 (Karyawan BPPT HK memahami kebutuhan spesifik Anda) dengan nilai ekspektasi sebesar 4,340.
3. Secara keseluruhan, persepsi dan ekspektasi pelanggan berada di nilai 3,922 dan 4,432 dengan nilai *gap* sebesar sebesar -0,511 Nilai *gap* yang negatif ini memiliki arti bahwa secara keseluruhan, layanan yang diberikan BPPT Hadji Kalla kepada pelanggan masih di bawah harapan pelanggan.

Analisis Indeks *Potential Gain Customer Value*

Sesuai dengan konsep diagram *Importance-Performance*, yang menjadi fokus perbaikan adalah atribut-atribut yang berada pada kuadran A, dan seperti yang kita lihat urutan prioritas perbaikan dengan Indeks PGCV terlihat dalam Tabel 5.

Tabel 5. Atribut-Atribut Pada Kuadran A Berdasarkan Prioritas Indeks PGCV

No.	Atribut Kuesioner	Nilai UDCV	Nilai ACV	Nilai PGCV
1.	Tersediannya kuantitas suku cadang dan komponen mobil yang memenuhi kebutuhan pelanggan (P3).	22,700	15,845	6,855
2.	Karyawan BPPT HK mampu memenuhi jadwal penyerahan kendaraan sesuai jadwal yang dijanjikan(7).	22,550	16,146	6,404
3.	Karyawan BPPT HK memiliki sikap sopan, ramah, jujur, dan dapat dipercaya (P16).	22,250	16,332	5,919

Indeks PGCV (*Potential Gain Customer Value*) digunakan untuk menentukan atribut-atribut mana saja yang berpotensi paling besar, dalam memberikan nilai tambah atau keuntungan bagi perusahaan, sehingga dapat dibuat urutan prioritas perbaikan layanannya. Jika kita perhatikan, dalam urutan prioritas PGCV terdapat variabel yang dilangkahi dan tidak masuk ke dalam kuadran A. Variabel ini adalah BPPT HK selalu mengutamakan kepentingan Anda (P21) pada urutan 3 prioritas PGCV. Walaupun terjadi perbedaan, tetapi berdasarkan diagram *Importance-Performance*, prioritas yang berada pada kuadran A harus segera mendapatkan perbaikan. Berikut ini adalah beberapa yang dapat dilakukan guna meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat memenuhi ekspektasi pelanggan:

1. Selalu memperhatikan persediaan kuantitas suku cadang agar proses servis berjalan lancar dan waktu penyelesaian pekerjaan lebih cepat tanpa harus menunggu waktu pemesanan suku cadang lagi.
2. Selalu menepati jadwal penyerahan kendaraan sesuai jadwal yang dijanjikan. Jikalau ada sesuatu yang membuat karyawan tiba-tiba tidak dapat memenuhi jadwal yang dijanjikan, segeralah menghubungi *customer* agar *customer* merasa tidak kecewa dengan pelayanan BPPT Hadji Kalla Urip.
3. Lebih meningkatkan sikap sopan, ramah dan jujur karyawan agar menimbulkan kesan positif terhadap citra BPPT Hadji Kalla Urip dimata pelanggan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan data dan analisis terhadap hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil analisis Indeks PGCV dengan bantuan diagram *Importance-Performance* diketahui 3 atribut yang menjadi prioritas perbaikan yang berada pada kuadran A dan diurutkan mulai dari prioritas utama sebagai berikut:
 - a. Tersediannya kuantitas suku cadang dan komponen mobil yang memenuhi kebutuhan pelanggan.
 - b. Karyawan BPPT HK mampu memenuhi jadwal penyerahan kendaraan sesuai jadwal yang dijanjikan.
 - c. Karyawan BPPT HK memiliki sifat sopan, ramah, jujur, dan dapat dipercaya.
2. Secara keseluruhan nilai rata-rata tingkat kepentingan adalah 4,435 dan nilai rata-rata tingkat kinerja adalah 3,924, yang berarti terjadi *gap* antara pelayanan yang diinginkan dengan pelayanan yang diterima pelanggan sebesar 0,511. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa masih banyak atribut yang harus ditingkatkan kinerjanya untuk meminimalkan *gap* yang terjadi.

- [3] Tjiptono, Fandy, 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Andi, Yogyakarta.
- [4] Nurma Laila Desnawati, 2008. *Analisis Kinerja Atribut Penentu Kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Pelayanan Purna Jual pada PT. Jayamandiri Gemasejati Bogor*. Tugas akhir Departemen Manajemen IPB, Bogor.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ferri Kurniawan, 2013. *Pengaruh Relationship Marketing dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Astra Internasional Isuzu Semarang*. Jurusan Administrasi Bisnis Undip, Semarang. Dalam <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/download/5356/4811>. Diunduh pada tanggal 07 September 2013 pukul 16.59 WITA.
- [2] Atina, 2010. *Analisis Kepuasan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan dalam Memberikan Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Potential Gain In Customer Value's*. Tugas akhir teknik industri UII, Yogyakarta. Dalam <http://female.store.co.id/images/media/teknik%20industri%20full.pdf>. Diunduh pada tanggal 11 September 2013 pukul 16.52 WITA.