

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN SERVICE MOBIL PADA PT. INDOBALI
SUZUKI DENPASAR**

**Oleh :
Desak Made Yuliana Dewi**

ABSTRAK

Sebenarnya laba merupakan suatu akibat dari berhasilnya perusahaan dalam mencapai tujuannya. Namun laba yang diinginkan tersebut bukanlah sekedar dari hasil penjualan saja, tetapi harus dapat memberikan kepuasan kepada pembeli, diantaranya adalah dengan memperhatikan lingkungannya, memberikan pelayanan yang cepat, waktu yang singkat, pemberian diskon yang lebih besar daripada pesaingnya, dan lain sebagainya, sehingga pelanggan tersebut mempunyai loyalitas terhadap perusahaan

Penelitian ini berjudul “analisis kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen service mobil pada PT. Indobali suzuki denpasar”. Pokok permasalahan yang diajukan adalah Bagaimana kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada service mobil PT.Indobali Suzuki Denpasar. Dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan service mobil di PT. Indobali Suzuki Denpasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pemikiran bagi perusahaan khususnya mengenai kualitas pelayanan sebagai sarana untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Data yang diperoleh dari hasil penelitian yang berupa data kuesioner, dianalisis dengan menggunakan analisis kuantitatif dan kualitatif. Dalam menentukan kategori indek kepuasan konsumen maka harus dicari kepuasan maksimum dan minimum. Dengan demikian rentang skor kepuasan konsumen adalah Rentang skor indeks kepuasan konsumen, yaitu: $736.000 - (- 736.000) = 1.472.000$. Dengan demikian rentang skor kepuasan konsumen adalah 1.472.000 oleh karena itu tingkat kepuasan dikategorikan/ diklasifikasikan menjadi 5. Maka interval skor untuk setiap kategori/klasifikasi adalah $1.472.000 : 5 = 294.400$.

Berdasarkan pengukuran indeks kepuasan total menggunakan rumus skor kualitas pelayanan. Jadi indeks kepuasan konsumen pada PT. Indobali Suzuki Denpasar sebesar 455.548 dimana poin terletak diantara 441.600 sampai dengan 736.000 yang artinya tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada bengkel PT. Indobali Suzuki Denpasar adalah sangat puas.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Tingkat Kepuasan Konsume

I. PENDAHULUAN

Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi, dan distribusi sejumlah ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi (Lamb,2001:6). Pelanggan dalam mengeluarkan uangnya selalu berharap apa yang diperoleh sebanding atau lebih besar nilainya dari yang telah dikeluarkan, atau apa yang diperolehnya berkualitas. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2006:51). Salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya, sesuai dengan keinginan pelanggan. Faktor yang paling penting dari bisnis jasa pelayanan adalah penilaian kualitas jasa yang sangat dipengaruhi oleh persepsi dan harapan dari masing-masing pelanggan. Menurut Tjiptono (2006:70), dimensi kualitas jasa pelayanan terbagi menjadi 5 dimensi pokok, yaitu : keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy) dan bukti fisik (tangible).

PT.Indobali Suzuki Denpasar didirikan bertujuan untuk memberikan pelayanan jasa penjualan dan service mobil kepada masyarakat Bali, begitu ketatnya persaingan dalam dunia pemasaran dan jasa service, perusahaan PT.Indobali Suzuki Denpasar tetap memberikan pelayanan yang baik sesuai standar dari Suzuki kepada konsumen-konsumennya. Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, maka pelayanan yang berkualitas dan memuaskan konsumen harus dilakukan secara terus menerus agar dapat mempertahankan dan menaikkan pangsa

pasarnya.peningkatan pangsa pasar tersebut dapat tercermin dari meningkatnya penjualan unit di tahun 2015.

Tabel 1.1 Data pelanggan service mobil PT. Indobali Suzuki Denpasar pada tahun 2015

No	Bulan	Jumlah pelanggan
1	Januari	1000
2	Februari	1100
3	Maret	937
4	April	970
5	Mei	1070
6	Juni	1075
7	Juli	1050
8	Agustus	1195
9	September	1070
10	Oktober	1200
11	November	1250
12	Desember	1300
Jumlah		13.217
Rata-rata		1.101

Sumber : PT. Indobali Suzuki Denpasar

Berdasarkan tabel di atas penjualan di tahun 2015 dari bulan ke bulan mengalami naik turun dan di akhir tahun 2015 mengalami peningkatan . PT.Indobali Suzuki Denpasar telah memberikan pelayanan yang berorientasi pada kualitas kinerja dan kepuasan pelanggan, dimana semakin efektif kinerja akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang berpengaruh pada jumlah pelanggan.

II KAJIAN PUSTAKA

1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para nasabahnya terhadap produk dan jasa (Kasmir,2004:61). Menurut Kotler (2005:10), pemasaran adalah proses sosial dimana dengan proses itu, individu dan

kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

2. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengendalikan program-program yang mencakup pengkonsepan, penetapan harga, promosi, dan distribusi produk, jasa, dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan (Boyd, 15dkk,2000:4).

3. Pemasaran Jasa

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (Lupiyoadi dan Hamdani,2006:5).

4. Kualitas Pelayanan (Service Quality)

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2006:51).

5. Elemen Kualitas Pelayanan

Menurut Tandjung (2004:109-112) elemen kualitas jasa (pelayanan) terdiri dari :

1. Keandalan (Reliability)

Menurut Tjiptono (2006:70), keandalan (reliability) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (right the first time).

2. Daya Tanggap (Responsiveness)

Menurut Tjiptono (2006:70), daya tanggap (responsiveness) merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

3. Jaminan (Assurance)

Menurut Tjiptono (2006:70), jaminan (assurance) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan

4. Empati (Empathy)

Menurut Tjiptono (2006:70), empati (empathy) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

5. Bukti Fisik (Tangible)

Menurut Tjiptono (2006:70), bukti fisik (tangible) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT.Indobali Suzuki di jalan Imam bonjol 86X Denpasar . Yang menjadi obyek penelitian ini adalah para pelanggan service mobil pada PT. Indobali Suzuki Denpasar,dengan menganalisa tingkat kepuasan mereka terhadap kualitas pelayanan yang telah di berikan. Dasar pertimbangan dilakukan penelitian ini karena masih adanya keluhan dari pelanggan atas pelayanan service mobil pada PT. Indobali Suzuki Denpasar. Agar tidak menimbulkan berbagai pemahaman ,maka dalam penelitian ini diberikan definisi operasional yaitu :

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan untuk

memenuhi keinginan pelanggan pada bengkel PT.Indobali Suzuki Denpasar , meliputi : Reliability (Keandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Empathy (Empati), Tangible (Bukti Fisik). Kepuasan Pelanggan ,Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil)produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,2005:70). Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2004:101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari: Kesesuaian harapan, Minat berkunjung kembali. Kesiediaan merekomendasikan, Jenis Data :

Data Kuantitatif : Data kuantitatif adalah data yang dapat dihitung dan berupa angka-angka seperti data jumlah pelanggan yang service di PT.Indobali Suzuki Denpasar dan jumlah skor jawaban responden dari hasil koesioner yang di sebar ,

Data Kualitatif : Data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka-angka melainkan keterangan seperti sejarah singkat berdirinya PT. Indobali Suzuki Denpasar, struktur organisasi. Sumber Data :1. Data Primer: Data primer adalah

data yang dikumpulkan langsung dari sumbernya dicatat dan diamati pertama kali oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang termasuk data primer adalah kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan konsumen. 2. Data Sekunder : Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan oleh peneliti melainkan telah diusahakan oleh pihak lain terlebih dahulu, seperti jumlah konsumen, sejarah singkat berdirinya, struktur organisasi. Responden diambil secara acak dari populasi rata-rata perbulan pada tahun 2015 sebesar 1.101 populasi. sample diambil pada mereka yang melakukan service pada PT.Indobali Suzuki Denpasar sebanyak 92 responden . Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis kuantitatif dan analisis kualitatif. perhitungan secara kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis sebagai berikut : Indek Kepuasan Pelanggan, *Importance-Performance Analysis*. Analisis kualitatif dipergunakan untuk melengkapi analisis kuantitatif sehingga dapat menunjang kesimpulan yang di dapat dari analisis kuantitatif

IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

PT.Indobali Suzuki Denpasar didirikan pada tanggal 1 September 1975 yang beralamat di Imam bonjol 86X denpasar. PT.Indobali Suzuki Denpasar

V PEMBAHASAN

1) Analisis indek kepuasan konsumen

Berdasarkan pengukuran indek kepuasan pelanggan menggunakan rumus

(Tjiptono, 2001) adalah :

Skor kualitas pelayanan jasa = Skor tingkat kepentingan X (Skor kinerja – Skor harapan)

Dimana :

Skor tingkat kepentingan = I (*Importance*)

Skor kinerja = P (*Performance*)

Skor harapan = H (*Expectation*)

Sebagaimana terlihat pada lampiran 5, 6, dan 7 maka diperoleh hasil sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Skor kualitas jasa} &= \sum \{I \times (P - H)\} \\ &= 7.468 \times (7.226 - 7.165) \\ &= 7.468 \times 61 = 455.548\end{aligned}$$

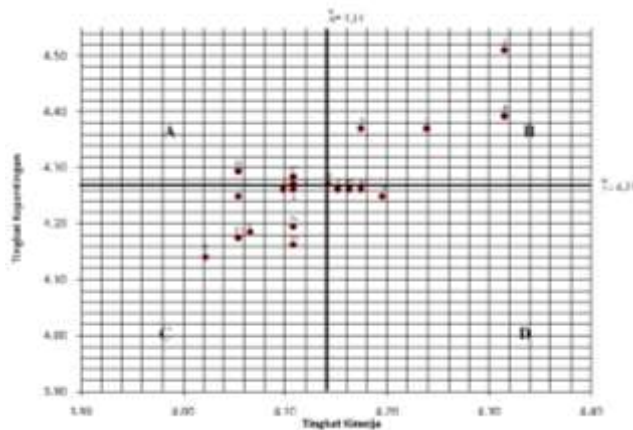
Jadi indeks kepuasan konsumen sebesar 455.548 dimana point terletak diantara 441.600 sampai dengan 736.000 yang artinya sangat puas.

2) Analisis Kepentingan Kinerja (*importance – performance analysis*)

faktor yang dianggap penting oleh pelanggan.

Dalam analisis yang menyangkut 20 faktor atau atribut kualitas pelayanan pada bengkel PT. Indobali Suzuki Denpasar, terdapat dua variable yaitu X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang memberikan kepuasan pada pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Dari perbandingan kedua variable tersebut dapat diperoleh tingkat kesesuaian responden, dengan rumus :

$$Tki = Xi / Yi \times 100\%$$



Dari tabel diketahui urutan prioritas berdasarkan tingkat kesesuaian di atas terlihat bahwa kesiapan tenaga mekanik untuk memenuhi permintaan konsumen merupakan faktor yang perlu mendapat prioritas utama dari bengkel PT. Indobali Suzuki Denpasar untuk melakukan pembenahan dalam pelaksanaannya dengan tingkat kesesuaian 94,43% dan faktor yang perlu mendapatkan pembenahan yang terakhir yaitu Kepahaman karya akan kebutuhan konsumen sebesar 98,72%.

VI KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

1. Indek kepuasan dengan menggunakan rumus analisa skor kualitas jasa pada bengkel PT. Indobali Suzuki Denpasar, memperoleh skor sebesar 455.548 dimana point terletak diantara 441.600 sampai dengan 736.000, hal ini berarti pengunjung merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Teknik analisis kepentingan dengan tingkat kinerja atau pelaksanaan (Importance Performance Analysis) dari 92 responden yang diteliti, maka dapat dinyatakan bahwa faktor-faktor atau atribut-atribut yang belum dapat memuaskan pelanggan sehingga dianggap perlu mendapat prioritas dari perusahaan yaitu : Faktor 11: Kesiapan tenaga mekanik dalam memenuhi

permintaan konsumen, Faktor 12: Pengetahuan tenaga mekanik dalam memberikan pelayanan pada konsumen, Faktor 13: Kesopanan tenaga mekanik dalam melayani konsumen

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka disarankan bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja terutama pelaksanaannya yang belum dapat memuaskan pelanggan, seperti ; Kesiapan tenaga mekanik dalam memenuhi permintaan konsumen, Pengetahuan tenaga mekanik dalam memberikan pelayanan pada konsumen, Kesopanan tenaga mekanik dalam melayani konsumen.

Selain itu perusahaan juga perlu untuk mempertajam kinerja yang sudah dianggap baik oleh pelanggan.

- 1) Dilihat dari segi rentabilitas, kondisi keuangan PT. BPR Nusapanida Kuta tergolong cukup baik, hendaknya dapat ditingkatkan untuk masa-masa yang akan datang dengan cara menekan biaya tertentu

REFERENSI

- Alma, Buchari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*, Cetakan Keenam, Alfabeta. Bandung
- Angipora Marius P, 2002, *Dasar-dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Freddy Rangkuti, 2008, *Business Plan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hinton, T/Schaeffer, W., 2009, *Fokus Kualitas Pada Pelanggan*, Peberbit Helirary, Jakarta.
- J. Supranto, 2016: 242 *diagram kartesius tingkat kepuasan pelanggan*
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi-12, Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K. Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 2005. Cetakan Pertama. Jakarta: Indeks.
- Rambat Lumpiyoadi, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teorian Praktik*. Jakarta: Salemba empat
- Supranto J, 2009, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Swasta Basu, 2010, *Azas-Azas Marketing*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ke-21, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Setiawan Jodi. 2013. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen pada PT Wahana Wirawan Nissan Denpasar*. Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Saraswati Denpasar
- Tjiptono F, 2000, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- _____, 2012, *Manajemen Jasa*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Wijaya Tony, 2011, *Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual, QFD dan Kano Disertai Contoh Aplikasi dalam Kasus Penelitian)*, Cetakan 1, Jakarta Barat