

## Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas dengan Metode SERVQUAL dan QFD di PT. SJKM

Yuli Setiawannie<sup>1\*</sup>, Nita Marikena<sup>2</sup>, Akbar Rasyid Permadi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Prodi Teknik Industri, Universitas Potensi Utama  
Jl. K.L Yos Sudarso, Km. 6,5 No. 3-A Tanjung Mulia, Medan  
\*Penulis Korespondensi: setiawannie79@gmail.com

### Abstract

*Service quality assessment is influenced by the perceptions and expectations of each customer which has an impact on customer satisfaction. PT SJKM is a service company for the sale of motorbikes, spare parts, and official motorcycle repairs from Yamaha. The number of complaints from customers about the company's services has resulted in a decrease in the number of customers, thus affecting the company's revenue. From these problems, this research was conducted to identify the company's service quality attributes by looking at the gap between customer perceptions and expectations, identifying service attributes that are in the critical category, and providing suggestions for improving company services. This research uses the SERVQUAL method to evaluate customer satisfaction from 33 service attributes. Furthermore, the QFD method to design improvement solutions for service attributes that are the main priority for improvement from the results of Importance Performance Analysis (IPA) analysis. According to the research findings, there are 7 service attributes that are perceived negatively by customers, indicating their dissatisfaction. Out of the 6 service attributes that need improvement, dealer security is identified as the top priority and will be addressed first using the QFD method.*

**Keywords:** Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis, QFD, SERVQUAL

### Abstrak

*Penilaian kualitas pelayanan dipengaruhi oleh persepsi dan harapan dari masing-masing pelanggan yang berdampak pada kepuasan pelanggan. PT. SJKM merupakan perusahaan jasa untuk penjualan sepeda motor, suku cadang, dan reparasi sepeda motor resmi dari Yamaha. Banyaknya keluhan dari para pelanggan tentang pelayanan perusahaan mengakibatkan jumlah pelanggan berkurang sehingga mempengaruhi pendapatan perusahaan. Dari permasalahan tersebut maka penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi atribut kualitas layanan perusahaan dengan melihat gap antara persepsi dan harapan pelanggan, mengidentifikasi atribut layanan yang berada pada kategori kritis, dan memberi usulan perbaikan layanan perusahaan. Penelitian ini memakai metode SERVQUAL untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan dari 33 atribut layanan. Selanjutnya metode QFD untuk merancang solusi perbaikan terhadap atribut layanan yang menjadi prioritas utama perbaikan dari hasil analisis Importance Performance Analysis (IPA). Hasil penelitian ini memperlihatkan terdapat 7 atribut pelayanan yang bernilai negatif (pelanggan tidak puas). Atribut pelayanan yang menjadi prioritas utama perbaikan sebanyak 6 atribut dan atribut keamanan dealer menjadi prioritas pertama yang diperbaiki melalui metode QFD.*

**Kata kunci:** Importance Performance Analysis, Kepuasan Pelanggan, QFD, SERVQUAL

## Pendahuluan

Alat transportasi sangat berperan untuk memudahkan manusia melaksanakan aktivitas sehari-hari. Kebutuhan manusia terhadap alat transportasi mengalami peningkatan seiring dengan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, banyak perusahaan menawarkan alat transportasi khususnya sepeda motor dengan berbagai model dan teknologi yang tinggi. Kondisi tersebut mengakibatkan peningkatan persaingan antar perusahaan untuk menarik minat banyak pelanggan. Namun, konsumen juga harus mampu memilih dari banyak perusahaan tersebut yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan tersebut, maka setiap perusahaan harus mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan agar memperoleh informasi penting untuk merancang strategi pemasaran sehingga dapat bersaing, bertahan, dan menguasai pangsa pasar.

Usaha meningkatkan kepuasan pelanggan adalah pengembangan kualitas produk dan pelayanannya. Pada perusahaan jasa, penilaian kualitas pelayanan tergantung pada persepsi dan harapan setiap pelanggan. Persepsi pelanggan terjadi karena perbandingan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Jika harapan pelanggan dipenuhi oleh penyedia jasa, maka penilaian pelanggan terhadap kualitas jasa tersebut baik (positif). Namun sebaliknya, jika harapan pelanggan tidak dapat dipenuhi oleh penyedia jasa, maka kualitas jasa tersebut kurang baik (negatif) (Mansur et al., 2019). Pelayanan yang berkualitas dapat tercipta dengan inovasi berkelanjutan sehingga dapat mempertahankan pelanggan. Kemampuan perusahaan mempertahankan pelanggan bertujuan untuk menciptakan loyalitas pelanggan atas jasa ketika kesamaan kebutuhan hadir di masa yang akan datang.

PT. SJKM adalah suatu perusahaan jasa untuk penjualan sepeda motor, suku cadang/*sparepart*, dan perbaikan sepeda motor resmi dari

Yamaha. Perusahaan ini berdiri sejak Agustus tahun 1997. Berdasarkan hasil wawancara terhadap *Service Advisor* (SA) perusahaan, terdapat beberapa keluhan dari para pelanggan yaitu lamanya perbaikan, para karyawan bekerja tidak mematuhi SOP, area *pit service* yang kotor dan berantakan, *Service Advisor* tidak respon terhadap kebutuhan pelanggan, serta *sparepart* tidak lengkap. Jika perbaikan terhadap keluhan-keluhan pelanggan tersebut tidak dilakukan maka dapat mengurangi jumlah pelanggan dan mempengaruhi pendapatan perusahaan. Kondisi ini diperkuat dengan adanya data perusahaan tentang penurunan jumlah pelanggan yang melakukan reparasi sepeda motor di tahun 2023 sebagai berikut jumlah pelanggan yang melakukan reparasi sebanyak 1.202 unit kendaraan di bulan Januari dan mengalami penurunan sebesar 17,39% menjadi 993 unit kendaraan, terjadi peningkatan sebesar 12,66% menjadi 1.137 unit di bulan Maret, penurunan kembali jumlah pelanggan sebesar 7,67% menjadi 1.056 unit kendaraan di bulan April, lalu penurunan jumlah pelanggan sebesar 0,67% menjadi 1.049 unit kendaraan. Berdasarkan keluhan dan data tersebut, maka perlu dianalisis kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan dan fasilitas yang belum pernah dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi variabel kualitas layanan perusahaan dengan melihat Gap antara persepsi dan keinginan pelanggan, mengetahui variabel layanan pada kategori kritis, dan memberi usulan perbaikan layanan berdasarkan prioritas perbaikan di PT. SJKM Medan.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi perusahaan, maka untuk menganalisis kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dan fasilitas perusahaan maka dipakai integrasi metode SERVQUAL dan QFD. SERVQUAL adalah metode untuk mengukur kualitas pelayanan melalui ketimpangan antara persepsi dan harapan

terhadap pelanggan dan pihak penyedia layanan. Penentuan atribut layanan pada SERVQUAL mencakup lima dimensi yaitu kehandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), empati (*Emphaty*), dan berwujud (*Tangible*) (Pyzdek, T., & Keller, 2013), (Pratiwi, 2021). Kelima dimensi tersebut dipakai untuk mengevaluasi persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dalam skala likert. Hasil kuesioner direalisasikan dalam nilai Gap, kemudian hasil rataan tingkat pelayanan dan tingkat harapan tersebut dianalisis dengan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk memperoleh atribut pelayanan yang perlu perbaikan atau dipertahankan performanya. Hasil analisis IPA akan dijadikan *voice of customer* untuk matriks kebutuhan pelanggan pada *House of Quality* yang merupakan alat dari metode QFD. Metode QFD adalah alat kualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menerjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam kebutuhan teknis (Aji & Lukmandono, 2021), (Deviyani, 2023). Selain itu, QFD juga dapat dipakai untuk memberikan inovasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dan menjadi referensi diantaranya adalah penelitian (Halim et al., 2013) mengenai usaha meningkatkan kualitas pelayanan dengan integrasi metode SERVQUAL dan QFD. Selain itu, penelitian (Mansur et al., 2019) untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Kecamatan 'X' dengan menggabungkan metode SERVQUAL, model Kano, dan QFD. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan usulan/rekomendasi tentang mengukur kualitas dan fasilitas pelayanan yang dimiliki perusahaan dan perbaikan terhadap kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di perusahaan.

### Metodologi Penelitian

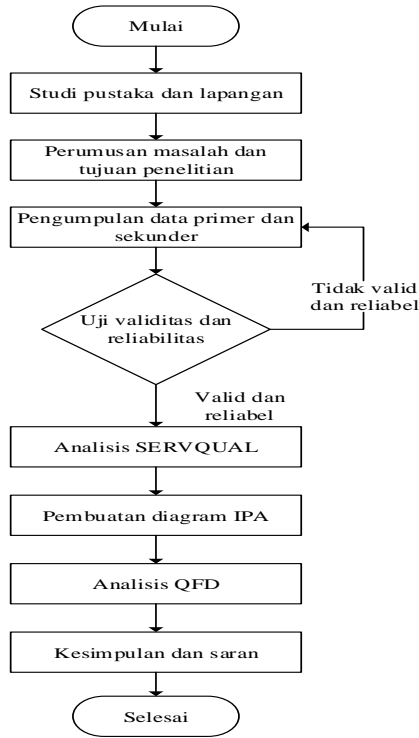
Penelitian ini dilakukan pada PT. SJKM Medan di Jl. Platina No. 1 ABC Titi Papan Medan Deli, Kota Medan,

Sumatera Utara 20244 dengan periode Mei 2023 – Agustus 2023. Variabel-variabel penelitian terdiri dari variabel bebas seperti bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) serta variabel tak bebas yaitu kepuasan pelanggan pada kualitas pelayanan di PT. SJKM Medan.

Data primer penelitian ini dikumpulkan dengan teknik observasi lapangan, wawancara terhadap pihak perusahaan dan pelanggan, survei melalui penyebaran kuesioner kepada para pelanggan perihal kepuasan terhadap kualitas dan fasilitas pelayanan sepeda motor. Responden dipilih dengan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel menggunakan rumus slovin (Mahmud, 2018) pada *margin of error* sebesar 10% sehingga diperoleh respondennya sebesar 100 orang. Sedangkan data sekunder penelitian diperoleh dari dokumen perusahaan selama periode Januari - Mei 2023, artikel, buku, internet, dan sebagainya.

Pengolahan data dimulai dengan menguji validitas dan realibilitas kuesioner penelitian. Selanjutnya metode SERVQUAL untuk menghitung Gap antara nilai persepsi pelanggan atas pelayanan yang diperoleh (*perceived service*) dengan nilai pelayanan yang sebenarnya diharapkan pelanggan (*expected service*) (Stighfarrinata & Ashari, 2022), (Lizarelli et al., 2021). Hasil perhitungan Gap dipakai untuk menentukan skor dari nilai *service quality* dengan mengurangi rataan persepsi terhadap rataan harapan (Sulistiyowati, 2018). Skor *service quality* dianalisa lebih lanjut dengan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui atribut sebagai prioritas utama perbaikan y digambarkan dalam kuadran dua dimensi (Halim et al., 2013). Atribut-atribut pada kuadran I (kuadran prioritas utama perbaikan) digunakan untuk metode QFD agar proses perencanaan dan pengembangan produk atau jasa sesuai spesifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan

keinginan pelanggan tersebut. Integrasi metode SERVQUAL dengan QFD diharapkan menghasilkan rancangan perbaikan bagi atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan. Tahap-tahap penelitian ini dapat dilihat melalui diagram alir pada Gambar 1 berikut.



**Gambar 1.** Diagram Alir Tahapan Penelitian  
Sumber: Data Primer

### Hasil dan Pembahasan

Dari kuesioner yang disebar kepada 100 responden dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui atribut-atribut pada kelima dimensi variabel pada penelitian ini dapat dipakai sebagai data yang akan diolah dengan metode SERVQUAL. Hasil uji validitas dari kuesioner dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validasi Kuesioner

Dimensi variabel	Atribut pelayanan	Kepentingan (r hitung)	Kepuasan (r hitung)
Bukti Fisik (Tangibles)	Lokasi bengkel yang strategis (1)	0,338	0,195
	Seragam karyawan yang lengkap, rapi, dan bersih (2)	0,543	0,537
	Ruang tunggu bengkel dengan fasilitas menarik dan nyaman (3)	0,840	0,650
	Kebersihan dan kerapian bengkel terjaga dengan baik (4)	0,805	0,722
	Toilet bengkel yang lengkap, bersih, dan nyaman (5)	0,420	0,416
	Suku cadang/sparepart dan jasa yang lengkap (6)	0,735	0,492
	Fasilitas dan Peralatan bengkel yang modern (7)	0,817	0,761
	Profesionalisme karyawan (8)	0,879	0,820
	Pelayanan sesuai dengan janji yang ditawarkan diawal kepada pelanggan (9)	0,855	0,836
	Kemampuan karyawan menjawab setiap keluhan pelanggan secara jelas dan mudah dipahami (10)	0,871	0,673
	Kemampuan mekanik memperbaiki kerusakan dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu (11)	0,441	0,470
	Kesesuaian antara harga sparepart dengan yang ditawarkan (12)	0,858	0,634
	Ketepatan perusahaan dalam menyediakan sparepart dan jasa sesuai keinginan pelanggan (13)	0,856	0,581
	Kemampuan mekanik dalam melakukan pekerjaan service dan perawatan secara baik (14)	0,832	0,796

Ketanggapan (Responsiveness)	Kemampuan karyawan memberikan solusi terhadap keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat (15)	0,909	0,804
	Kemampuan karyawan menanyakan keluhan dan jenis pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan (16)	0,907	0,667
	Kesopanan karyawan menyambut dan melayani pelanggan (17)	0,903	0,641
	Kemampuan karyawan memberikan penjelasan yang detail terhadap informasi yang dibutuhkan pelanggan (18)	0,890	0,811
	Kemampuan <i>Service Advdisor</i> (SA) mengambil tindakan dengan cepat (19)	0,468	0,535
Jaminan (Assurance)	Tersedianya tempat parkir yang aman dan nyaman bagi pelanggan (20)	0,306	0,555
	Kepedulian karyawan untuk mengingatkan waktu perawatan berikutnya kepada pelanggan (21)	0,821	0,757
	Tersedianya garansi pada pekerjaan perawatan (22)	0,803	0,760
	Kualitas sparepart dan jasa yang ditawarkan baik (23)	0,748	0,471
	Keamanan dealer (tidak terjadi pencurian, pencopetan, pelecehan seksual, penganiayaan, serta penipuan) (24)	0,271	0,642
	Kemampuan karyawan menjelaskan produk yang sedang ditanyakan pelanggan (25)	0,865	0,812
	Keterampilan karyawan melayani pelanggan (26)	0,883	0,850
Variabel Empati ( <i>Emphaty</i> )	Kesigapan karyawan membantu pelanggan tanpa diminta (27)	0,899	0,799
	Kemampuan memberi saran kepada pelanggan dalam memilih <i>sparepart</i> dan jasa sesuai permasalahannya (28)	0,832	0,698
	Memberikan masukan yang tanpa membedakan pelanggannya tersebut (29)	0,863	0,675

Variabel Empati ( <i>Emphaty</i> )	Kepedulian karyawan untuk mengingatkan waktu penggantian <i>sparepart</i> yang akan mendekati masa habis pakai (30)	0,858	0,752
	Tersedianya fasilitas untuk menerima keluhan, saran, dan juga kritikan dari pelanggan (31)	0,561	0,414
	Perhatian dan kesabaran karyawan dalam melayani pelanggan (32)	0,855	0,799
	Karyawan memberikan pelayanan yang profesional, ramah, dan tanggap dalam membantu menyelesaikan permasalahan pelanggan (33)	0,855	0,815

Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Uji validitas dilakukan dengan metode *pearson correlation*, dimana kuesioner dinyatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sebaliknya maka kuesioner disebut tidak valid (Ponda et al., 2021). Jumlah responden sebanyak 100 orang, maka dapat ditentukan nilai  $r$  tabel sebesar 0,1654 ( $df = 98$ ) dengan taraf signifikansi 10%. Dari hasil uji validitas pada Tabel 1 memperlihatkan semua nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, sehingga hasil kuesioner untuk atribut-atribut dimensi pelayanan dapat disimpulkan valid.

Pengujian reliabilitas untuk kuesioner atribut-atribut dimensi pelayanan menggunakan uji statistik koefisien *Cronbach's Alpha*. Kuesioner disebut reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0,60, sebaliknya maka kuesioner dikatakan tidak reliabel (Ponda et al., 2021). Dari perhitungan yang dilakukan dengan program SPSS 25 menghasilkan nilai 0,977 untuk data tingkat kepentingan dan 0,957 untuk data tingkat kepuasan, sehingga dapat disimpulkan kuesioner atribut-atribut dimensi

pelayanan adalah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6.

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner dimensi pelayanan yang diberikan kepada 100 responden, selanjutnya analisis Gap dilakukan terhadap kualitas pelayanan. Nilai Gap atau ketimpangan diperoleh melalui perbandingan antara rata-rata persepsi (P) dengan rata-rata harapan (E) dengan rumus berikut (Stighfarrinata & Ashari, 2022).

$$Q = P - E \dots(1)$$

Rekapitulasi hasil perhitungan nilai Gap pada 5 dimensi pelayanan di perusahaan

ini dapat dilihat pada Tabel 2, yang memperlihatkan bahwa terdapat 25 atribut bernilai Gap positif, 1 atribut bernilai 0 artinya pelanggan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan sehingga perusahaan perlu mempertahankannya, sedangkan 7 atribut lagi bernilai Gap negatif artinya pelanggan belum puas atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Atribut bernilai Gap negatif yaitu atribut bernomor 4, 5, 11, 19, 20, 24, dan 31.

**Tabel 2.** Rekapitulasi Hasil Perhitungan Nilai Gap

No. Atribut	Persepsi	Harapan	Gap	No. Atribut	Persepsi	Harapan	Gap
1	4,31	4,19	0,12	18	4,1	3,9	0,2
2	4,18	4,03	0,15	19	3,63	4,19	-0,56
3	4,54	4,09	0,45	20	3,59	4,35	-0,76
4	3,93	4,06	-0,13	21	4,22	3,92	0,3
5	3,09	4,56	-1,47	22	4,18	4,09	0,09
6	4,54	4,05	0,49	23	4,52	4,12	0,4
7	4,18	4,13	0,05	24	3,59	4,56	-0,97
8	4,20	4,08	0,12	25	4,25	4,06	0,19
9	4,18	4,10	0,08	26	4,27	4,01	0,26
10	4,32	3,97	0,35	27	4,12	3,85	0,27
11	3,59	4,52	-0,93	28	4,37	3,97	0,4
12	4,33	4,06	0,27	29	4,48	4,09	0,39
13	4,36	3,99	0,37	30	4,29	3,93	0,36
14	4,18	4,18	0	31	3,15	4,33	-1,18
15	4,15	4,01	0,14	32	4,08	4,05	0,03
16	4,43	4,01	0,42	33	4,11	4,06	0,05
17	4,32	4,01	0,31				

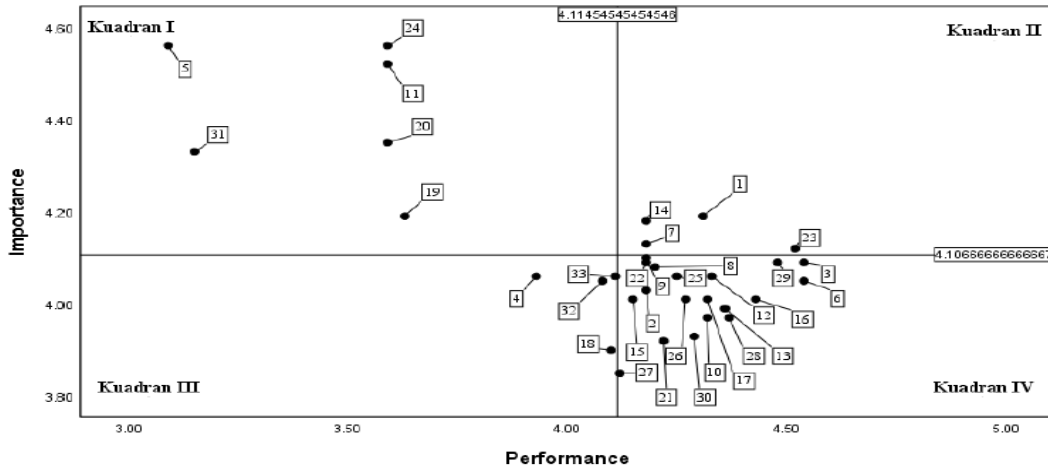
Sumber: Hasil pengolahan data kuesioner

Setelah perhitungan nilai Gap diperoleh maka dilakukan analisis IPA dilakukan untuk menginterpretasikan atribut pada kuesioner ke dalam kuadran dua dimensi dengan nilai persepsi sebagai sumbu X dan nilai harapan sebagai sumbu Y. Hasil analisis IPA seperti Gambar 1 memperlihatkan ada empat kuadran untuk mengukur keterkaitan antara prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa (Setiawan & Wahyuni, 2023). Kuadran I merupakan atribut-atribut kuesioner sebagai prioritas

utama yang diperbaiki oleh pihak manajemen perusahaan, diantaranya adalah atribut nomor 5, 11, 19, 20, 24, dan 31. Kuadran II menjelaskan atribut-atribut kuesioner yang penting bagi pelanggan dan sudah berhasil diterapkan oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga perlu dipertahankan, terdiri dari atribut nomor 1, 7, 14, dan 23. Kuadran III merupakan atribut-atribut kuesioner yang kurang penting bagi pelanggan sedangkan kinerjanya sudah cukup baik, terdiri dari

atribut nomor 4, 18, 32, dan 33. Dan kuadran IV menyatakan atribut-atribut kuesioner yang dinilai berlebihan karena tidak terlalu penting bagi pelanggan

tetapi pelaksanaannya sudah berjalan dengan baik, terdiri dari atribut nomor 2, 3, 6, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 17, 21, 22, 25, 26, 27, 28, 29, dan 30.



**Gambar 2.** Analisis IPA pada Atribut Pelayanan PT. SJKM Medan  
 Sumber : Hasil pengolahan data SERVQUAL dengan SPSS 25

Setelah analisis IPA, penelitian dilanjutkan dengan analisis QFD yaitu metode terstruktur pada proses perencanaan dan pengembangan produk atau jasa untuk menerjemahkan persyaratan pelanggan ke dalam karakteristik produk/jasa, komponen, dan proses. Bagian terpenting dari QFD adalah membuat matriks hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan desain jasa atau produk berbentuk matrik *House of Quality* (HOQ). Hasil analisis IPA pada kuadran I merupakan prioritas utama untuk diperbaiki dan ditingkatkan oleh perusahaan berdasarkan *Voice of Customer* (VOC) yang merupakan syarat utama pembentukan HOQ. Tahap-tahap pembuatan HOQ terdiri dari (Deviyani, 2023), (Anugrah, 2023) :

1. Analisis *Voice of Customer* (VOC)  
 Dari analisis IPA terdapat atribut-atribut pelayanan pada kuesioner yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan seperti Tabel 3.
2. Analisis *planning matrix*  
 Pada *planning matrix* ini terdapat beberapa bagian terdiri dari :
  - a. *Importance to Customer* (ItC) adalah tingkat kepentingan yang dimiliki oleh pelanggan, nilainya

diperoleh dari hasil rekapitulasi nilai harapan responden, seperti diperlihatkan pada Tabel 3.

- b. *Customer Satisfaction Performance* (CuSP) adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan atas pelayanan yang diterimanya, nilainya diperoleh dari hasil rekapitulasi nilai persepsi responden, seperti pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Nilai ITC dan CuSP

No.	Kebutuhan Pelanggan	Keputusan	Keputusan
1.	Toilet bengkel yang lengkap, bersih, dan nyaman	4,56	3,09
2.	Kemampuan mekanik memperbaiki kerusakan dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu	4,52	3,59
3.	Kemampuan <i>Service Advdisor</i> (SA) mengambil tindakan dengan cepat	4,19	3,63
4.	Tersedianya tempat parkir yang aman dan nyaman bagi pelanggan	4,35	3,59
5.	Keamanan <i>dealer</i> (tidak terjadi pencurian, pencopetan, pelecehan seksual, penganiayaan, serta penipuan)	4,56	3,59
6.	Tersedianya fasilitas untuk menerima keluhan, saran, dan juga kritikan dari pelanggan	4,33	3,15

Sumber : Hasil pengolahan data, 2023

- c. Penentuan nilai *goal* adalah nilai dari tujuan yang ditetapkan oleh pihak manajemen PT. SJKM Medan untuk dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, yaitu 4 untuk semua atribut pelayanan.
- d. *Improvement Ratio* (IR) adalah perubahan rasio melalui pembagian antara nilai *goal* dengan nilai *customer satisfaction performance*. Contoh perhitungan *Improvement Ratio* untuk atribut no. 1 (pada Tabel 4) sebagai berikut (Suryaningrat, 2017) :
 
$$IR = \frac{Goal}{CuSP} \dots (2)$$

$$= \frac{4}{3,09} = 1,29$$
- c. *Sales Point* adalah informasi tentang kemampuan suatu atribut pada produk atau jasa untuk meningkatkan nilai produk/jasa tersebut. Nilai *sales point* terdiri dari (Dian & Sucipto, 2021) :

1,1: daya jual rendah  
 1,2: daya jual sedang  
 1,5: daya jual tinggi

- d. *Raw Weight* (RW)  
 Contoh perhitungan raw weight untuk atribut no. 1 (pada Tabel 3) sebagai berikut:  

$$Raw\ Weight = ItC \times IR \times Sales\ point \dots (3)$$

$$= 4,56 \times 1,29 \times 1,5$$

$$= 8,82$$
- e. *Normalized Raw Weight* (NRW) adalah persentase pembobotan nilai atribut yang terdapat pada matriks kebutuhan konsumen. Contoh perhitungan *Normalized Raw Weight* untuk atribut no. 1 (pada Tabel 3) sebagai berikut (Halim et al., 2013):  

$$NRW = \frac{RW}{\sum RW} \dots (4)$$

$$= \frac{8,82}{46,33} = 0,19$$

Hasil rekapitulasi *planning matrix* dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

**Tabel 4. Planning Matrix**

No.	Kebutuhan Konsumen	Importance to Customer	Customer Satisfaction Performance	Goal	Improvement Ratio	Sales Point	Raw Weight	Normalized Raw Weight
1.	Toilet bengkel yang lengkap, bersih, dan nyaman	4,56	3,09	4	1,29	1,5	8,82	0,19
2.	Kemampuan mekanik memperbaiki kerusakan dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu	4,52	3,59	4	1,11	1,5	7,52	0,16
3.	Kemampuan <i>Service Advisor</i> (SA) mengambil tindakan dengan cepat	4,19	3,63	4	1,10	1,5	6,91	0,15
4.	Tersedianya tempat parkir yang aman dan nyaman bagi pelanggan	4,35	3,59	4	1,11	1,5	7,24	0,16
5.	Keamanan <i>dealer</i> (tidak terjadi pencurian, pencopetan, pelecehan seksual, penganiayaan, serta penipuan)	4,56	3,59	4	1,11	1,5	7,59	0,16
6.	Tersedianya fasilitas untuk menerima keluhan, saran, dan juga kritikan dari pelanggan	4,33	3,15	4	1,27	1,5	8,25	0,18

Sumber : Hasil pengolahan data, 2023



3. Penentuan *Technical response*

*Technical response* adalah kemampuan teknis yang dimiliki PT. SJKM Medan yang disusun menurut *Voice of Engineer (VOE)* untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Aji & Lukmandono, 2021). *Technical response* perusahaan dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

4. Analisis *relationship*

Nilai *relationship* adalah nilai yang menunjukkan adanya hubungan antara *customer needs* (kebutuhan pelanggan) dengan *technical respons*, dimana hubungan tersebut dapat dinyatakan seperti berikut ini (Halim et al., 2013):

- *strong relationship* : 9
- *moderate relationship* : 3
- ▲ *weak relationship* : 1

**Tabel 5. Technical Response**

No.	<i>Voice of Customers</i>	<i>Technical response</i>
1.	Toilet bengkel yang lengkap, bersih, dan nyaman	Menambah jumlah <i>Cleaning Service</i> dan perlengkapan toilet
2.	Kemampuan mekanik memperbaiki kerusakan dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu	Pelatihan kepada para mekanik, menambah dan melakukan modernisasi peralatan kerja, dan menyediakan <i>sparepart</i> lebih lengkap
3.	Kemampuan <i>Service Advidsor (SA)</i> mengambil tindakan dengan cepat	Menambah jumlah dari <i>Service Advidsor</i>
4.	Tersedianya tempat parkir yang aman dan nyaman bagi pelanggan	Menambah area parkir dan petugas keamanan ( <i>security</i> ) untuk berjaga di area depan PT. SJKM Medan
5.	Keamanan <i>dealer</i> (tidak terjadi pencurian, pencopetan, pelecehan seksual, penganiayaan, serta penipuan)	Adanya petugas keamanan ( <i>security</i> ) dan menambah unit kamera CCTV
6.	Tersedianya fasilitas untuk menerima keluhan, saran, dan juga kritikan dari pelanggan	Menyediakan kotak saran atau <i>website</i> terpadu untuk menampung keluhan, kritik, dan saran dari pelanggan

Sumber : Hasil pengolahan data, 2023

5. *Technical correlations*

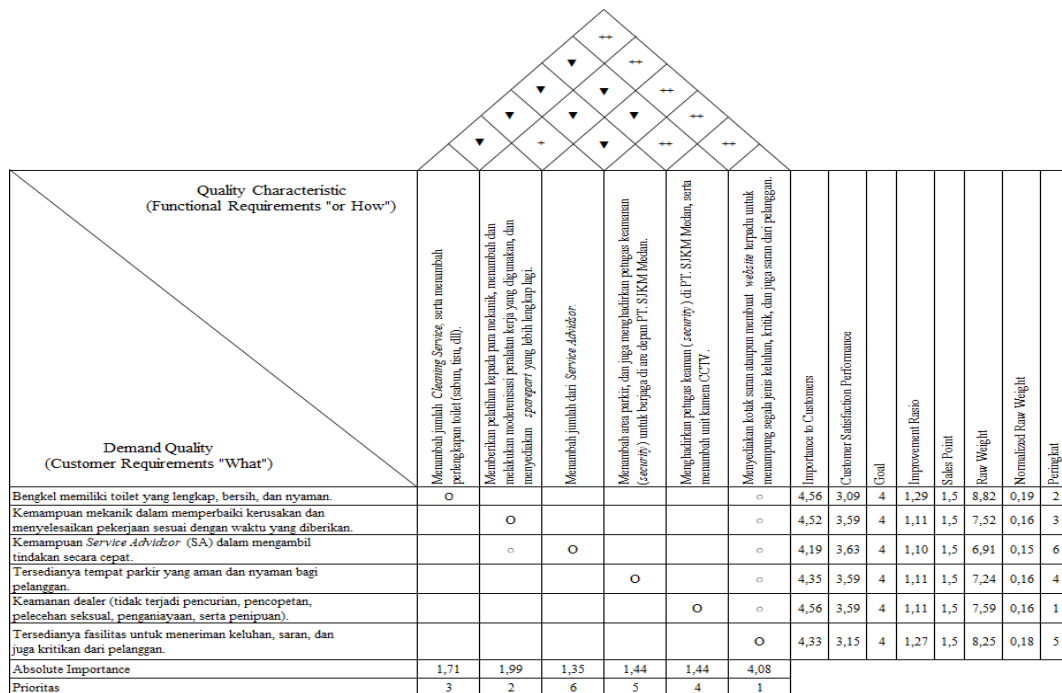
*Technical correlations* adalah hubungan yang terdapat dalam *technical respons*. Hubungan yang mungkin terjadi yaitu hubungan saling menunjang ataupun bahkan menghambat antara respon teknis satu dengan yang lainnya, sehingga dalam pelaksanaannya harus lebih diperhatikan dengan teliti. Hubungan tersebut dapat disimbolkan seperti berikut (Halim et al., 2013).

- ++ : sangat berhubungan
- + : berhubungan
- ▼ : tidak berhubungan

6. Prioritas teknik

Prioritas teknik adalah bagian yang memperlihatkan skor dari tiap-tiap atribut berdasarkan perkalian antara nilai *Normalized Raw Weight* dengan nilai atribut teknik sehingga diperoleh total nilai matriks interaksi yang diperingkatkan untuk mengetahui prioritas pengembangan dari setiap parameter teknik.

Dari tahapan *House of Quality (HOQ)* maka tersusun beberapa informasi mengenai kebutuhan serta keinginan dari pelanggan terhadap pelayanan dan fasilitas yang dimiliki oleh PT. SJKM Medan untuk memberikan informasi mengenai atribut pelayanan yang menjadi prioritas utama dalam meningkatkan pelayanan tersebut. Gambar *House of Quality* penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.



**Gambar 3. House of Quality**  
Sumber : Hasil pengolahan data, 2023

Berdasarkan Gambar 5 tersebut dapat dilihat peringkat dari atribut kebutuhan pelanggan di PT. SJKM Medan yaitu pada peringkat 1 adalah keamanan dealer (tidak terjadi pencurian, pencopetan, pelecehan seksual, penganiayaan, serta penipuan). Pada peringkat 2 adalah toilet bengkel yang lengkap, bersih, dan nyaman. Pada peringkat 3 adalah Kemampuan mekanik memperbaiki kerusakan dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu. Pada peringkat 4 adalah ketersediaan tempat parkir yang aman dan nyaman bagi pelanggan. Pada peringkat 5 adalah ketersediaan fasilitas untuk menerima keluhan, saran, dan kritik dari pelanggan. Pada peringkat 6 adalah Kemampuan *Service Advdisor* (SA) mengambil tindakan dengan cepat.

### Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa hasil analisis kualitas pelayanan di PT. SJKM Medan dengan metode Service Quality (SERVQUAL) menemukan 7 atribut pelayanan yang bernilai negatif (pelanggan tidak puas) sehingga perlu perbaikan dan 26 atribut

pelayanan bernilai positif (pelanggan puas) sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan.

Atribut pelayanan yang menjadi prioritas utama perbaikan berdasarkan *Importance Performance Analysis* (IPA) sebanyak 6 atribut yaitu toilet bengkel yang lengkap, bersih, dan nyaman; kemampuan mekanik memperbaiki kerusakan dan menyelesaikan pekerjaan tepat waktu; kemampuan *Service Advdisor* (SA) mengambil tindakan dengan cepat; tersedianya tempat parkir yang aman dan nyaman bagi pelanggan; keamanan dealer (tidak terjadi pencurian, pencopetan, pelecehan seksual, penganiayaan, serta penipuan); dan tersedianya fasilitas untuk menerima keluhan, saran, dan juga kritikan dari pelanggan.

Berdasarkan analisis QFD maka atribut pelayanan yang menjadi prioritas pertama yang diperbaiki adalah keamanan dealer (tidak terjadi pencurian, pencopetan, pelecehan seksual, penganiayaan, serta penipuan), sehingga usulan perbaikan yang dapat dilakukan dengan mengadakan petugas keamanan

(security) dan menambah unit kamera CCTV.

### Daftar Pustaka

- Aji, I., & Lukmandono. (2021). Integrasi Metode Servqual, KANO dan QFD untuk Meningkatkan Kualitas Layanan (Studi Kasus: Fakultas Teknik UG). *Prosiding SENASTITAN: Seminar Nasional Sains Dan Teknologi*, 1(1), 8–16.
- Anugrah, R. dkk. (2023). *Manajemen Kualitas* (pertama, Vol. 42). Widina. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2014.11.005>
- Deviyani, F. et al. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Edutor Balikpapan Dengan Service Quality Dan Quality Deployment Function (QFD). *G-Tech : Jurnal Teknologi Terapan*, 7(4), 1213–1222. <https://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/g-tech/article/view/1823/1229>
- Dian, T. M., & Sucipto, S. (2021). Quality Improvement of Honey Product Using Quality Function Deployment (QFD) Method. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 10(3), 260–273. <https://doi.org/10.21776/ub.industria.2021.010.03.7>
- Halim, A. H., Widha Setyanto, N., & Yuniarti, R. (2013). Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan Dengan Integrasi Service Quality (Servqual) Dan Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Rekayasa Dan Sistem Manajemen Industri*, 1(2), 194–205.
- Lizarelli, F. L., Osiro, L., Ganga, G. M. D., Mendes, G. H. S., & Paz, G. R. (2021). Integration of SERVQUAL, Analytical Kano, and QFD using fuzzy approaches to support improvement decisions in an entrepreneurial education service. *Applied Soft Computing*, 112, 107786. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2021.107786>
- Mahmud, S. F. (2018). Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PT Interyasa Dumai Menggunakan Metode Service Quality (Servqual) dan Quality Function Deployment (Qfd). *Jurnal Unitek*, 10(2), 51–58. <https://doi.org/10.52072/unitek.v10i2.84>
- Mansur, A., Farah, A. N., & Cahyo, W. N. (2019). Integration of Servqual, Kano Model, and QFD to Design Improvement on Public Service System. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 598(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/598/1/012101>
- Ponda, H., Fatma, N. F., & Kadir, N. (2021). Penerapan Metode Quality Function Deployment (Qfd) Dalam Pengembangan Produk Body Mist (Studi Kasus Perusahaan Parfum). *Heuristic*, 97–118. <https://doi.org/10.30996/heuristic.v18i2.6161>
- Pratiwi, D. D. (2021). Integrating Servqual-Kano-QFD for Social Insurance Service Quality Improvement in Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 14(1), 50. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v14i1.22677>
- Pyzdek, T., & Keller, P. (2013). *The Handbook for Quality Management: A Complete Guide to Operational Excellence* (second). The McGrawHill Companies, Inc.
- Setiawan, M., & Wahyuni, H. C. (2023). Analisis Kualitas Layanan Restoran dengan Metode SERVQUAL (Service Quality) IPA (Importance Performance Analysis) dan QFD (Quality Function Deployment). *Journal of Industrial View*, 05(01), 12–22.
- Stighfarrinata, R., & Ashari, F. (2022). Integrasi Servqual, Kano dan QFD untuk Analisis Peningkatan Kualitas Layanan Demi Tercapainya Kepuasan Pelanggan PT. Kharisma Sejahtera Daihatsu Cabang Bojonegoro. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(1), 65–79. <https://doi.org/10.15642/manova.v5i1.765>
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (1st ed.). UMSIDA Press.
- Suryaningrat, I. B. (2017). Application of Quality Function Deployment (QFD) For Quality Improvement of Suwar Suwir Product. *Agroindustrial Journal*, 2(1), 55. <https://doi.org/10.22146/aij.v2i1.24996>