

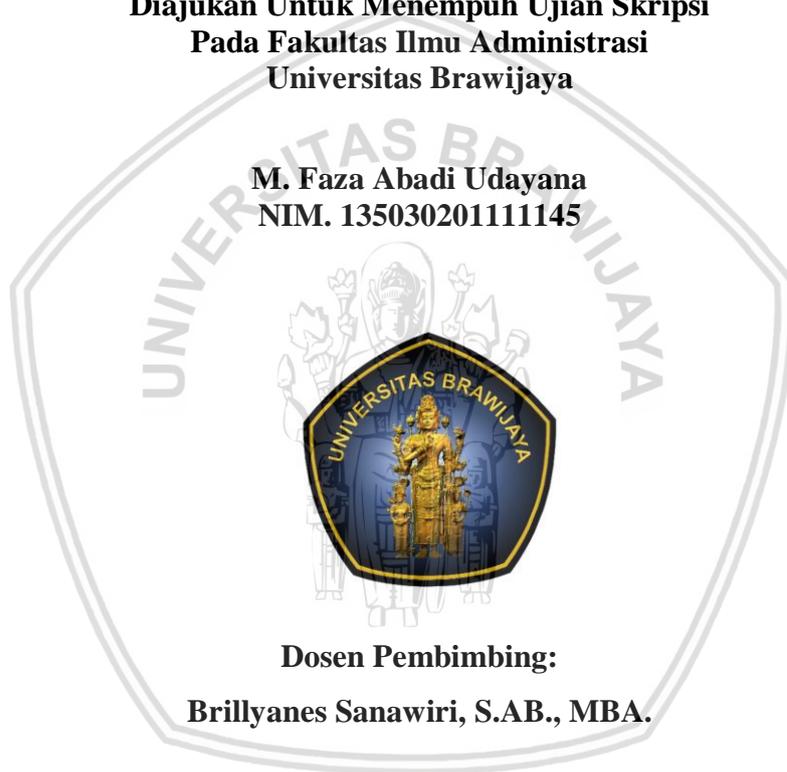
IMPLEMENTASI *SERVICE QUALITY* DALAM MENCiptAKAN KEPUASAN PELANGGAN

**(Studi Pada Bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor di
Kota Malang)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Menempuh Ujian Skripsi
Pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya**

**M. Faza Abadi Udayana
NIM. 135030201111145**



Dosen Pembimbing:

Brillyanes Sanawiri, S.AB., MBA.

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PEMASARAN
MALANG**

2018



MOTTO

“ Every man suffers pain.

Either the pain of hard work or the pain of regret ”



TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin

Tanggal : 4 Juni 2018

Pukul : 11:00 WIB

Skripsi atas nama : M. Faza Abadi Udayana

Judul : Implementasi *Service Quality* dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor).

Dan dinyatakan
LULUS

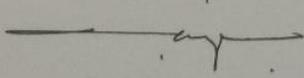
MAJELIS PENGUJI

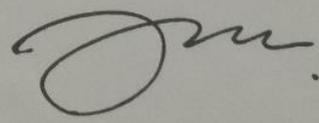
Ketua


 Brillyaness Sanawiri, S.AB., MBA
 NIP. 20120183 1228 1 001

Anggota

Anggota


 Mohammad Iqbal, S.Sos., MIB., DBA
 NIP.19780210 200501 1 002


 Ari Irawan, SE., MM.
 NIK. 20130482 1231 1 001



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang sepengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah dituliskan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 16 Mei 2018



M. Faza Abadi Udayana
135030201111145

RINGKASAN

M. Faza Abadi Udayana.2018. **Implementasi *Service Quality* dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan** (Studi pada Bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor di Kota Malang), Brillyanes Sanawiri, S.AB., MBA. 130 hal.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang dihadapi pada bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor dalam menerapkan *service quality* yang bertujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggannya. Model *service quality* yang digunakan adalah model *service quality attribute* Haywood-Farmer. *Service quality attribute* sangat cocok untuk menganalisa penerapan *service quality* dari perusahaan jasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui prespektif pihak manajemen bengkel dan pelanggan bengkel tentang *service quality*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Temuan yang diperoleh dari penelitian ini adalah pihak manajemen bengkel dan pihak pelanggan memiliki pendapat tentang *service quality*. Prespektif dari bengkel tentang *service quality* tidak ada perbedaan yang mendasar dengan prespektif pelanggan. Prespektif dari pihak manajemen bengkel dan pelanggannya menganalisisnya menggunakan model *service quality attribute* Haywood-Farmer. Pelanggan dari AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor memiliki faktor utama pendorong kepuasan yang berbeda. Bagi pelanggan AHASS Putra Jaya komunikasi atau pelayanan yang merupakan bagian dari *people's behaviour and conviviality* adalah faktor utama pendorong kepuasan. Sedangkan pelanggan AHASS Sekawan Motor menilai hasil servis yang termasuk dalam *professional judgment* merupakan faktor utama pendorong kepuasan.

Key word : *Service Quality Attribute*, Kepuasan Pelanggan

SUMMARY

M. Faza Abadi Udayana.2018. **Implementasi Service Quality dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan** (Studi pada Bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor di Kota Malang), Brillyanes Sanawiri, S.AB., MBA. 130 hal.

This research was conducted because of problems faced by AHASS Putra Jaya workshop and AHASS Sekawan Motor workshop in implementation service quality that aim to created customer satisfaction. Service quality model that use in this case was service quality attribute Haywood-Farmer. Service quality attribute fit to analyze implementation service quality in services industry. The purpose of this research is to understand of prespectif from workshop management and their customer about service quality. The type of research used in this research is case study research with qualitative approach. The finding in this research is from workshop mangement and the customer have their own opinion about service quality. The perspective of the workshop on service quality is no fundamental difference with the customer's perspective. The perspective of the workshop management and its customers analyzed it using the Haywood-Farmer attribute service quality model. Customers from AHASS Putra Jaya and AHASS Sekawan Motor have different main factor about satisfication. For AHASS Putra Jaya's customer the communication or service that is part of people's behavior and conviviality is the main factor driving the satisfaction. While AHASS Sekawan Motor's customer measure that service result which is included in professional appraisal is the main factor driving the satisfaction

Key word : Service Quality Attribute, Customer Satisfication

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa kerana atas rahmat dan hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi *Service Quality* dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan Studi pada Bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor di Kota Malang, yang merupakan salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan program S-1 di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.

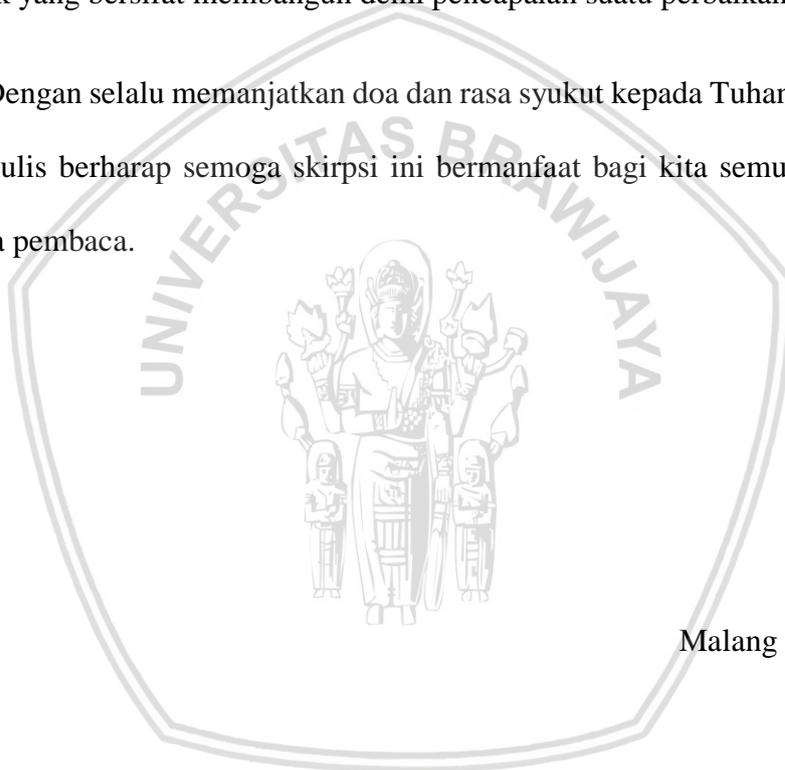
Skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan segala pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada

1. Bapak Brillyanes Sanawiri, S.AB., MBA. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan skripsi ini.
2. Ibu dan adik-adik saya yang selama ini selalu memberikan doa dan kepercayaan.
3. Seluruh dosen jurusan administrasi bisnis yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan saya dalam memahami ilmu yang telah diajarkan selama berkuliah di Fakultas Ilmu Administrasi.
4. Semua keluarga besar Pesantren Mahasiswa Al-Hikam Malang yang selama ini selalu memberikan doa dan dukungan.
5. Tim olride yang hebat, Rama, Aswin, Hesty, Dimas, Ghony, Ibnu, Wilik, Ian, Atika, Dindy, Hanang, Farid, Dimas, Nevi.
6. Keluarga besar Ruang Perintis, Satrio, Reza, Andri, Rama.

7. Semua teman-teman saya di jurusan administrasi bisnis 2013.
8. Semua pihak yang ada di Start Surabaya, BEON, dan Ei Lab.

Penulis telah berupaya dengan maksimal dalam mengerjakan skripsi ini dan skripsi ini belum dapat dikatakan sebagai karya yang sempurna, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan. Oleh karena itu, penulis menghargai segala saran dan kritik yang bersifat membangun demi pencapaian suatu perbaikan.

Dengan selalu memanjatkan doa dan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi para pembaca.



Malang 18 Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

MOTTO.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
RINGKASA	v
SUMMARY.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTARLAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kontribusi.....	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Empiris	11
1. Penelitian terdahulu.....	11
2. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	16
B. Tinjauan Teoritis	16
1. <i>Service Quality</i>	16
a. Definisi <i>Service Quality</i>	16
b. <i>Service Quality Attribute</i>	17
1) <i>Physical Facilie, Process, and Procedres</i>	17
2) <i>People's Behaviour and Conviviality</i>	18
3) <i>Profesional Judgment</i>	18
2. Kepuasan Pelanggan	19
a. Definisi Kepuasan Pelanggan.....	19
b. Faktor Pendorong Kepuasan	22
3. Kerangka Berpikir	23
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Faktor Penelitian.....	25
C. Lokasi Penelitian	26
D. Sumber Data.....	26
E. Teknik Pengumpulan Data	28
F. Instrument Penelitian	30



G. Metode Analisis Data	31
-------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
1. AHASS Putra Jaya	35
a. Profil Bengkel AHASS Putra Jaya	35
b. Struktur Organisasi Bengkel AHASS Putra Jaya	37
c. Fasilitas Bengkel AHASS Putra Jaya.....	38
2. AHASS Sekawan Motor	39
a. Profil Bengkel AHASS Sekawan Motor.....	39
b. Struktur Organisasi Bengkel AHASS Sekawan Motor	42
c. Fasilitas Bengkel AHASS Sekawan Motor.....	42
B. Penyajian Data dan Fokus Penelitian	44
1. Deskripsi <i>Service Quality Attribute</i> dalam Studi Kasus Manajemen Bengkel AHASS Putra Jaya	44
a. <i>Physical Facilities, Process, and Procedures</i> (Fasilitas Fisik, Proses, dan Prosedur)	44
b. <i>People's Behaviour and Conviviality</i> (Tingkah Laku dan Keramahan)	48
c. <i>Professional Judgment</i> (Penilaian Profesional).....	51
2. Deskripsi <i>Service Quality Attribute</i> dalam Studi Kasus Manajemen Bengkel Sekawan Motor	52
a. <i>Physical Facilities, Process, and Procedures</i> (Fasilitas Fisik, Proses, dan Prosedur)	52
b. <i>People's Behaviour and Conviviality</i> (Tingkah Laku dan Keramahan)	56
c. <i>Professional Judgment</i> (Penilaian Profesional).....	58
3. Deskripsi <i>Service Quality Attribute</i> dalam Studi Kasus Pelanggan Bengkel Putra Jaya	60
a. <i>Physical Facilities, Process, and Procedures</i> (Fasilitas Fisik, Proses, dan Prosedur)	60
b. <i>People's Behaviour and Conviviality</i> (Tingkah Laku dan Keramahan)	63
c. <i>Professional Judgment</i> (Penilaian Profesional).....	65
4. Deskripsi <i>Service Quality Attribute</i> dalam Studi Kasus Pelanggan Bengkel Putra Jaya	66
a. <i>Physical Facilities, Process, and Procedures</i> (Fasilitas Fisik, Proses, dan Prosedur)	66
b. <i>People's Behaviour and Conviviality</i> (Tingkah Laku dan Keramahan)	69

c. <i>Professional Judgment</i> (Penilaian Profesional).....	71
5. Diskripsi Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan terhadap Implementasi <i>Service Quality</i> oleh Pihak Manajemen Bengkel AHASS Putra Jaya	72
a. Kepuasan dan Tidak Puas terhadap Fasilitas Fisik.....	72
b. Kepuasan dan Ketidakpuasan Terhadap Tingkah Laku dan Keramahan.....	75
c. Kepuasan dan Ketidakpuasan Terhadap Penilaian Profesional	76
d. Kepuasan utama pelanggan.....	78
6. Diskripsi Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan terhadap Implementasi <i>Service Quality</i> oleh Pihak Manajemen Bengkel AHASS Sekawan Motor	79
a. Kepuasan dan Tidak Puas terhadap Fasilitas Fisik.....	79
b. Kepuasan dan Ketidakpuasan Terhadap Tingkah Laku dan Keramahan.....	81
c. Kepuasan dan Ketidakpuasan Terhadap Penilaian Profesional	83
d. Kepuasan utama pelanggan.....	85
C. Pembahasan Hasil Penelitian	
1. Prespektif <i>Service Quality</i> dari Sudut Pandang Manajemen Bengkel.....	86
a. <i>Physical Facilie, Process, and Procdres</i>	87
b. <i>People's Behaviour and Conviviality</i>	90
c. <i>Professional Judgment</i>	91
2. Prespektif <i>Service Quality</i> dari Sudut Pandang Pelanggan Bengkel.....	92
a. <i>Physical Facilie, Process, and Procdres</i>	92
b. <i>People's Behaviour and Conviviality</i>	94
c. <i>Professional Judgment</i>	95
3. Prespektif Manajemen Bengkel dan Pelanggan Bengkel.....	95
4. Faktor Utama Pendorong Kepuasan Pelanggan	96
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	108



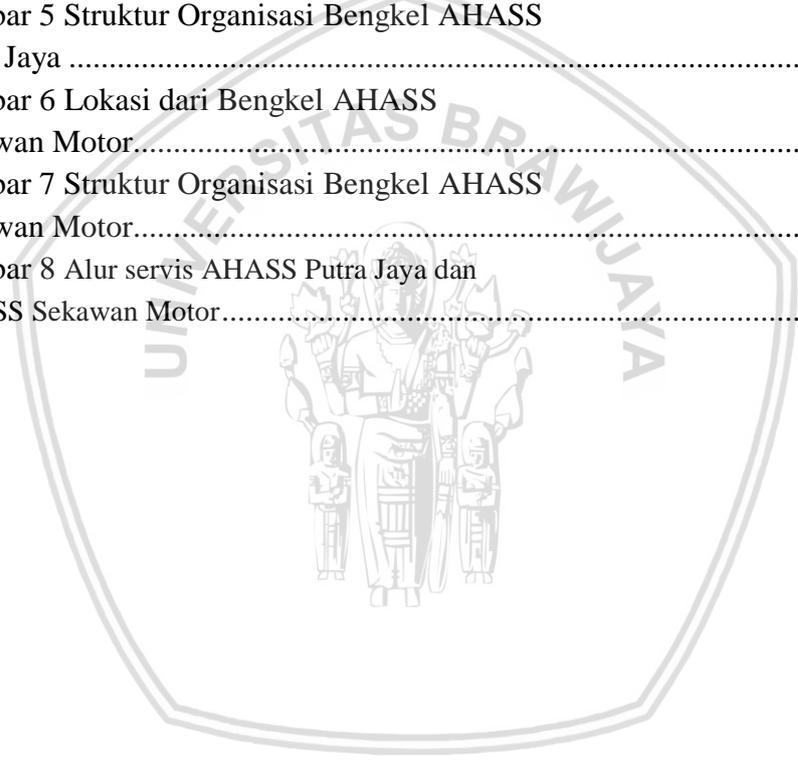
DAFTAR TABEL

No. Judul	Halaman
1. Tabel 1. Fasilitas AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor	87
2. Tabel 2. Prespektif antara pihak manajemen bengkel dan pelanggan bengkel	96



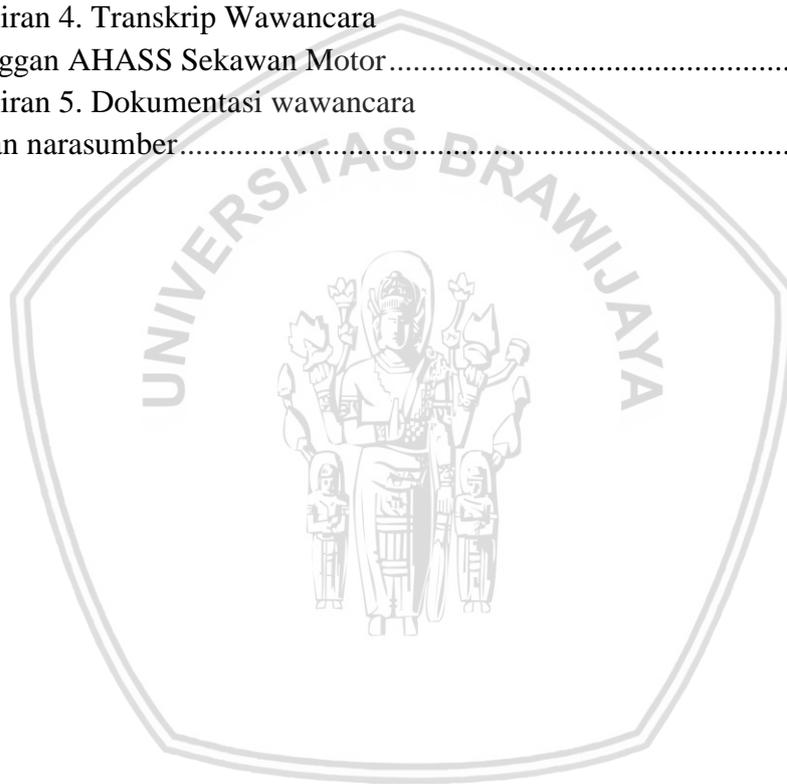
DAFTAR GAMBAR

No. Judul	Halaman
1. Gambar 1. <i>Service Quality Attributes</i>	19
2. Gambar 2 Kerangka Berpikir.....	23
3. Gambar 3 Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif	33
4. Gambar 4 Lokasi dari bengkel AHASS Putra Jaya.....	36
5. Gambar 5 Struktur Organisasi Bengkel AHASS Putra Jaya	37
6. Gambar 6 Lokasi dari Bengkel AHASS Sekawan Motor.....	40
7. Gambar 7 Struktur Organisasi Bengkel AHASS Sekawan Motor.....	42
8. Gambar 8 Alur servis AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor.....	88



DAFTAR LAMPIRAN

No. Judul	Halaman
1. Lampiran 1. Transkrip Wawancara Kepala Bengkel AHASS Putra Jaya.....	106
2. Lampiran 2. Transkrip Wawancara Kepala Bengkel AHASS Sekawan Motor.....	109
3. Lampiran 3. Transkrip Wawancara Pelanggan AHASS Putra Jaya.....	112
4. Lampiran 4. Transkrip Wawancara Pelanggan AHASS Sekawan Motor.....	120
5. Lampiran 5. Dokumentasi wawancara dengan narasumber.....	128



CURRICULUM VITAE

Nama : M. Faza Abadi Udayana
Tempat tanggal lahir : Ngawi, 23 Desember 1995
Alamat : Perum Sumput Asri Blok N-14
Driyorejo, Gresik
Email : muhammadfaza7@gmail.com
Telepon : 0813 3435 0200



Pendidikan

1. SD Negeri 2 Sumput 2007
2. SMP Negeri 2 Krian 2010
3. SMA Negeri 1 Krian 2013

Prestasi

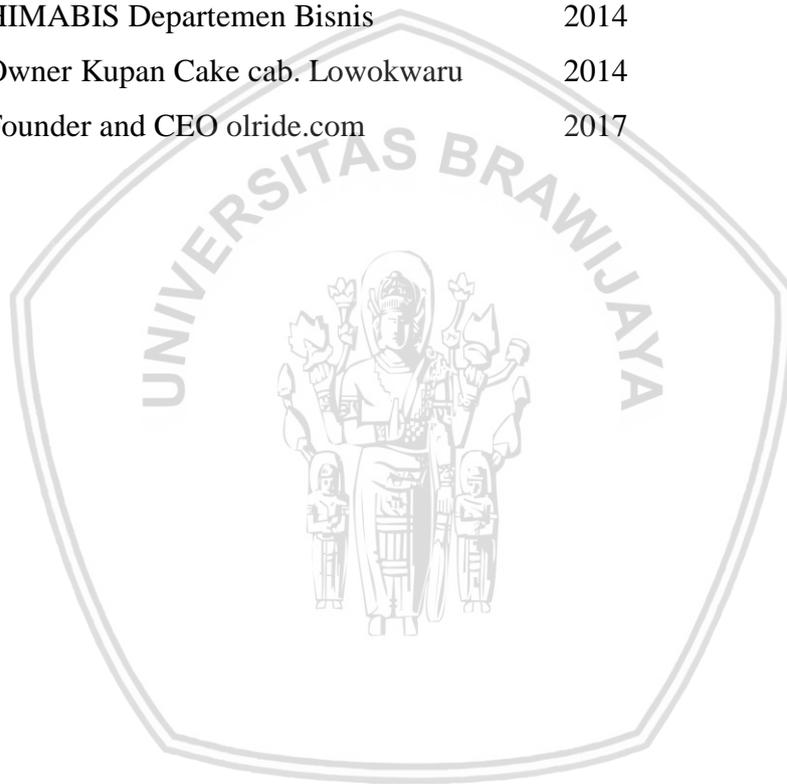
1. Juara 3 Nasional ESPRIEX 2.0 BMC 2014
Malang, Indonesia
2. Delegasi Universitas Brawijaya ASEAN Leaderpreneur 2015
Kuala Lumpur, Malaysia
3. Top 10 Startup Spirit 2015
Surabaya, Indonesia
4. Honorable Mention ESPRIEX 3.0 2016
ASEAN Business Model Competition
Malang, Indonesia
5. 2nd Winner ESPRIEX 4.0 2017
ASEAN Business Model Competition
Malang, Indonesia



6. Semifinalist IBMC 2017
Mountain View, California, USA

Pengalam Organisasi dan Bisnis

1. OSIS SMA Negeri 1 Krian 2011
2. MPK SMA Negeri 1 Krian 2012
3. HIMABIS Departemen Bisnis 2014
4. Owner Kupan Cake cab. Lowokwaru 2014
5. Founder and CEO olride.com 2017



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis tidak akan ada hentinya dan akan berlangsung terus menerus selama bisnis tersebut eksis. Perusahaan dituntut untuk bisa melakukan inovasi pada produk atau layanan jasanya agar bisa bersaing dengan kompetitor di dalam maupun di luar negeri. Menurut Peter F. Drucker (1986) inovasi sendiri merupakan alat kewirausahaan yang spesifik yang mana memanfaatkan perubahan menjadi peluang untuk bisnis dan layanan yang berbeda. Inovasi juga menjadi salah satu dari strategi pemasaran yang digunakan perusahaan dalam memenangkan persaingan pasar.

Menurut Kotler (2000) strategi pemasaran adalah logika pemasaran, dan berdasarkan itu, unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasarannya. Strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan, bauran pemasaran, dan alokasi pemasaran. Sedangkan menurut Tjiptono (2002) Strategi pemasaran adalah alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar sasaran tersebut. Strategi pemasaran dapat disimpulkan sebagai cara-cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai sasarannya dan sekaligus meningkat daya saing perusahaan.

Perusahaan harus memiliki daya saing yang kuat agar tidak ditinggalkan oleh pasar. Menurut David (2011) mendefinisikan keunggulan kompetitif sebagai “apa pun yang perusahaan lakukan lebih baik dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan saingan”. Ketika perusahaan dapat melakukan sesuatu yang tidak dapat dilakukan perusahaan saingan atau memiliki sesuatu yang diinginkan perusahaan saingan, maka itu dapat merepresentasikan keunggulan kompetitif. Bersaing dengan perusahaan yang lain dengan *service quality* yang baik juga menjadi salah satu kunci untuk memenangkan pasar.

Wyckof (1990) seperti dikutip Tjiptono (2005) mendefinisikan *service quality* sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Intinya dalam menciptakan *service quality* yang baik maka perusahaan harus bisa menjawab harapan dari pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Lantas jika bisnis menerapkan *service quality* dengan baik maka bisa dipastikan akan menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa dari suatu bisnis dengan sendirinya. Menurut Kotler dan Keller (2007) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Hal itu berarti bahwa jika suatu bisnis dan memenuhi kebutuhan dan harapan mereka terhadap suatu produk maka disitulah titik dimana pelanggan merasa puas. Maka penerapan *service quality* yang memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan akan otomatis menciptakan kepuasan pelanggan.

Semua bisnis di bidang jasa ataupun produk memiliki tujuan yang sama yaitu bisa memenuhi kebutuhan pelanggannya sekaligus membuat pelanggannya puas terhadap jasa ataupun produknya. Secara umum memang bisnis dibagi menjadi dua bidang yaitu jasa dan produk. Jika bisnis di bidang produk berkaitan dengan sesuatu yang nyata, berwujud. Lain halnya dengan bisnis dibidang jasa yang non fisik, tak dapat dilihat tapi manfaatnya dapat dirasakan. Menurut Lovelock *et al* (2004), jasa adalah suatu aktifitas ekonomi antara dua pihak, yang menekankan terjadinya pertukaran nilai antara penjual dan pembeli di pasar.

Bisnis jasa di Indonesia sendiri termasuk bisnis yang terus tumbuh. Berdasarkan data BPS yang dikutip melalui *kompas.com*, bisnis jasa termasuk dalam kategori 5 besar bisnis dengan pertumbuhan tertinggi sepanjang 2016 di Indonesia. Ada 3 sektor jasa sendiri yang masuk dalam kategori 5 besar yaitu sektor jasa perusahaan bertumbuh sebesar 7,36%, kemudian jasa di luar sektor

jasa keuangan, pendidikan dan perusahaan bertumbuh sebesar 7,80 %, selanjutnya disusul sektor jasa keuangan dan asuransi sebesar 8,90 %. Angka-angka pertumbuhan ini merupakan berita baik dalam industri jasa.

Bisnis di bidang jasa memiliki cakupan yang sangat luas. Bahkan di industri otomotif yang jika kita lihat selalu berkaitan dengan produk fisik, bisnis jasa tetap ada di industri otomotif yaitu melalui bisnis perawatan kendaraan, baik motor maupun mobil. Bisnis perawatan ini berupa bisnis bengkel yang sering kita jumpai. Bengkel di Indonesia ini masih merupakan bisnis jasa yang sangat menjanjikan. Berdasarkan data BPS pada tahun 2014 terdapat 114.209.266 unit kendaraan di Indonesia. Dari data tersebut mayoritas didominasi oleh kendaraan roda dua dengan jumlah 92.976.240 unit pada tahun 2014.

Dengan jumlah yang sebanyak itu maka menjadi daya tarik untuk masyarakat untuk membuka bisnis jasa bengkel di tanah air. Jika berdasarkan data BPS saja, ada 90 juta lebih motor yang lalu lalang di jalan negeri ini. Maka jika motor itu masih beroperasi pasti motor itu butuh perawatan secara rutin. Melalui bengkel lah orang bisa merawat motornya. Dari peluang ini PT. Astra Honda Motor (AHM), salah satu produser resmi motor Honda di Indonesia, juga memiliki lini bisnis bengkel melalui bengkel resmi Astra Honda Authorized Service Station (AHASS). Melalui bengkel AHASS, AHM memberikan pelayanan purna jual seperti perawatan mesin, pergantian suku cadang kendaraan, dan hal-hal yang berkaitan dengan motor.

Melalui AHASS, AHM tidak hanya sekedar membuka bisnis bengkel seperti pada umumnya. AHM benar-benar memberikan *service quality* yang

terbaik. Hal ini terbukti dalam ajang Indonesia Service Quality Award 2017 dari lembaga Carre – CCSL (*Center for Customer Satisfication & Loyalty*). Bengkel resmi Astra Honda Motor (AHM), AHASS kembali lagi mendapatkan penghargaan tertinggi Service Quality (SQ) kategori Automotive 2W After Sales Services. Sebelum menerima penghargaan ini AHM sendiri pernah menerima penghargaan ini sebanyak tujuh kali berturut-turut dari tahun 2007 sampai dengan 2013. Tidak hanya pada bagian *after sales* yang menerima penghargaan AHM sendiri pernah juga memperoleh penghargaan *Contact Center Service Excellent Award* selama empat tahun berturut-turut dari tahun 2012 sampai dengan 2017. Semua penghargaan yang pernah diraih AHM membuktikan komitmen Honda untuk menjaga *service quality* bisnisnya dengan melakukan layanan terbaik secara keseluruhan baik itu sebelum dan sesudah penjualan produk.

Untuk memenuhi kebutuhan purna jual dari pelanggan, AHM kini telah membuka bengkel - bengkel AHASS yang tersebar di berbagai kota dan kabupaten di Indonesia. Ada dua macam tipe AHASS yaitu pertama AHASS H123 yang mana bengkel tersebut menjadi satu dengan dealer motor Honda. Ukurannya bengkelnya besar dan terlepek di jalan utama Kota sekaligus didukung dengan *pit* dan mekanik yang jumlahnya banyak. Kedua, yaitu AHASS H23 yaitu hanya terdiri dari bengkel saja, yang mana berukuran lebih kecil dari AHASS H123 dengan jumlah *pit* dan mekanik lebih sedikit. Terletak di jalan besar maupun kecil.

Kota Malang sendiri memiliki 29 bengkel AHASS dengan 10 bengkel H123 dan 19 bengkel H23 yang tersebar hampir di setiap kecamatan. Sedangkan jumlah sepeda motor di Kota Malang sendiri menurut data BPS pada tahun 2015 terdapat 411.568 unit. Jumlah ini sangat besar bagi Kota Malang. Sampai saat ini jumlah sepeda motor di Kota Malang terus bertambah, seperti yang dilansir oleh *tribunnews.com* setiap bulan ada 4.000 unit sepeda motor baru di Kota Malang. Bengkel-bengkel AHASS di Kota Malang pun memiliki beragam fasilitas pendukung di bengkelnya seperti ruang tunggu berpendingin ruangan, koneksi gratis *wifi*, dan bahkan ada bengkel yang memberikan makan ringan dan minuman gratis.

Semua fasilitas tersebut diberikan bengkel untuk memberikan layanan terbaik untuk pelanggan di Kota Malang. Salah satu contoh bengkel H123 yang ada di Kota Malang adalah AHASS Sekawan Motor, bengkel ini memberikan fasilitas *wifi* gratis, cuci motor gratis, ruang berpendingin dan minuman gratis. Untuk bengkel H23, AHASS Putra Jaya menjadi salah satu contoh bengkel yang memberikan beragam fasilitas seperti *wifi* gratis, cuci motor gratis, dan minuman gratis.

Adapun alasan peneliti memilih kedua bengkel tersebut sebagai lokasi penelitian mengingat kedua bengkel tersebut masing-masing mewakili kategori bengkel H123 yang berukuran besar dan bengkel H23 yang berukuran kecil. Peneliti menilai bengkel AHASS Sekawan Motor dan AHASS Putra Jaya merupakan bengkel yang menyediakan fasilitas yang lebih lengkap dari pada bengkel yang lain di kategorinya.

Berkaitan dengan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Implementasi Service Quality dalam menciptakan kepuasan pelanggan (Studi pada bengkel-bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor di Kota Malang)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *service quality* bengkel AHASS dari perspektif manajemen bengkel ?
2. Bagaimana *service quality* bengkel AHASS dari perspektif pelanggan bengkel ?
3. Faktor apa yang menjadi pendorong kepuasan pada pelanggan bengkel AHASS ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui tentang perspektif mengenai *service quality* dari pihak manajemen bengkel.
2. Mengetahui tentang perspektif mengenai *service quality* dari pihak pelanggan bengkel.
3. Menjelaskan faktor apa yang menjadi pendorong kepuasan pelanggan bengkel AHASS.

D. Kontribusi

1. Kontribusi Akademis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan bagi mahasiswa untuk meningkatkan kompetensi dalam menerapkan pengetahuan teoritis yang terdapat dalam proses perkuliahan khususnya untuk mengetahui mengenai *service quality* bisa menciptakan kepuasan pelanggan, dengan masalah yang sebenarnya terjadi.
- b. Menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya terkait dengan tema pemasaran, khususnya penelitian yang berkaitan dengan permasalahan yang sama.
- c. Sebagai sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu pemasaran, khususnya yang meneliti mengenai permasalahan serupa.

2. Kontribusi Praktis

Manfaat praktis penelitian diharapkan dapat memberikan bahan masukan atau informasi yang berguna bagi pelaku bisnis untuk lebih memperhatikan perkembangan ilmu pemasaran saat ini seperti *Service Quality* dalam peningkatan kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematikan penulisan berisi mengenai informasi materi-materi yang akan di bahas disetiap babnya untuk dapat memberikan gambaran yang jelas tentang penulisan penelitian tersebut. Sistematika penulisan ini dibagi menjadi lima bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan menjelaskan mengenai landasan teori yang mendasari pembahasan mengenai permasalahan yang diteliti, yang akan menjadi pedoman dalam melakukan analisis permasalahan. Bab ini juga membahas mengenai penelitian terdahulu yang menjadi tambahan referensi dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan metode penelitian secara keseluruhan seperti pedekatan yang digunakan, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan analisa data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHSAN

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai panyajian data yang meliputi gambaran umum lokai penelitian dan data yang diperlukan dalam penelitian. Pembahasan hasil penlitian disertai dengan interpretasi dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan juga saran yang berupa gagasan yang diharapkan bermanfaat kepada pihak-pihak terkait.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Empiris

1. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan untuk telaah pustaka yang berasal dari penelitian – penelitian sebelumnya, penelitian terdahulu juga sebagai bahan perbandingan, berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga akan diketahui persamaan dan perbedaan tentang hasil temuan dan penelitian. Pada bagian ini dijelaskan tentang objek yang diteliti terdahulu, tujuan yang dimaksud, dan hasil penelitian. Fakta-fakta atau data yang diambil dari sumber aslinya. Penelitian mengenai *servuice quality* yang pernah dilakukan antara lain sebagai berikut:

a. Lu *et al* (2015)

Service quality and customer satisfaction : qualitative research implications for luxury hotels studi pada hotel bintang lima di Taiwan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Tujuan ada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah para manajer dan pelanggan hotel mewah memiliki pemahaman yang sama tentang kualitas dan kepuasan layanan dan apakah ada perbedaaan antara layanan yang ditawarkan oleh hotel mewah dan cara pelanggan benar-benar mengalaminya.

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah bahwa tidak ada hubungan yang mendasar antara pemahaman masing-masing manajer dan tamu hotel. Akan tetapi, kedua kelompok ini menggunakan bahasa yang berbeda untuk menggambarkan kemewahan, kualitas layanan dan kepuasan. Para manajer mengevaluasi kepuasan dalam hal layanan yang diberikan, Namun para tamu mengkonseptualisasikan kepuasan dalam hal nilai yang diterima dengan harga penginapan, dan kemewahan, kualitas layanan dan kepuasan terkait erat di benak para manajer dan tamu dan bukan konstruksi mandiri.

b. Yarimoglu (2014)

A Review on Dimensions of Service Quality Models. Studi pada kajian *service quality model* yang telah dikembangkan hingga tahun 2000an menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan *Grounded Theory*. Pada penelitian ini *Service Quality Model* dianalisa menjadi empat kelompok. Kelompok pertama ada model dari Gronroos (1984) dan Philip dan Hazlett (1997). Kelompok kedua yaitu *Service Quality Attributes Model* Haywood-Farmer (1988), GAP Model Parasuraman et al. (1985), SERVQUAL Model Parasuraman et al. (1988), SERVPERF Cronin dan Taylor (1992), INTSERVQUAL Frost dan Kumar (2000). Kemudian kelompok ketiga yaitu RSQS model Dabholkar et al. (1996). Selanjutnya kelompok keempat yaitu *Service Quality Model* Brady dan Cronin (2001).

Dalam penelitian ini, juga ditemukan bahwa untuk mendapatkan kualitas layanan optimal yang diharapkan pelanggan, maka pemilik bisnis harus meningkatkan kepuasan karyawan dan meningkatkan interaksi antara karyawan dan pelanggan (people element), desain fisik lingkungan bisnis sesuai dengan ekpetasi target pasar pelanggan (Physical elemnt), serta tata kelola proses sebelum penjualan, saat penggunaan layanan, dan purna jual (Process element).

c. Kurniasari dan Hadi (2012)

Penilaian *Service quality* Jasa oleh Pelanggan Bengkel Resmi Sepeda Motor Honda AHASS UD. Ramayan Motor Surabaya. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dimensi terbaik dalam penilaian *service quality* jasa oleh pelanggan bengkel resmi sepeda motor Honda (AHASS) UD. Ramayana Motor Surabaya.

Alat pengumpul data menggunakan kuisisioner, berupa skala SERVQUAL yang terdiri dari 5 dimensi, yaitu 1) reliabilitas, 2) daya tanggap, 3) jaminan, 4) empati, 5) bukti fisik. Reliabilitas skala ini (r) adalah 0,613. Populasi subjek penelitian ini adalah pelanggan AHASS UD. Ramayana Motor Surabaya pada bulan Mei sebanyak 447 orang. Sampel penelitian berjumlah 195 orang ($N=195$; laki-laki=57,4 %, perempuan=42,6%). Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskripsi dan skor SERVQUAL.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah telah diketahui bahwa dimensi terbaik dalam penilaian *service quality* jasa oleh pelanggan bengkel resmi sepeda motor honda (AHASS) UD. Ramayana Motor, yaitu jaminan (*assurance*). Pelanggan menilai bahwa karyawan bersikap sopan, simpatik, dan sanggup menenangkan apabila pelanggan mendapat masalah sehingga pelanggan dapat mempercayai dan aman bertransaksi dengan karywan AHASS UD. Ramayana Motor Surabaya.

d. Mustika S. (2016)

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Resmi Honda. Studi pada AHASS Adi Motor Kendal Jawa Tengah. Dalam peneletian ini diawali dari fenomena persaingan yang ketat antar bengkel resmi Honda AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) di wilayah Kendal Jawa Tengah. Pada kenyataannya, tidak semua AHASS patuh pada aturan yang ditetapkan oleh AHM. Meskipun AHM telah memberlakukan standar layanan minimum pada setiap AHASS yang ada, tidak semua AHASS mau menjalankannya.

Tujuan penelitian ini yaitu Pertama, ingin mengevaluasi penilaian pelanggan secara umum terhadap kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas yang dirasakan oleh pelanggan setelah melakukan servis di AHASS Adi Motor. Kedua, untuk mengevaluasi kelima dimensi kualitas layanan yang penting terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan AHASS Adi Motor. Penelitian ini melakukan pengujian dua kali yaitu Pertama, pengujian regresi linier berganda dengan variabel independen (kualitas layanan) dan variabel

dependen (kepuasan pelanggan). Kedua, pengujian regresi linier sederhana dengan variabel independen (kepuasan pelanggan) dan variabel dependen (loyalitas pelanggan).

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menekankan hasil analisisnya pada data-data numerikal yang diolah dengan metode statistika dan peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan alat pengumpulan data kuesioner tertutup yang disebar ke 120 responden. Penelitian ini juga merupakan penelitian confirmatory research karena dilakukan dengan penelusuran jurnal, artikel, dan situs-situs yang berhubungan dengan objek penelitian. Sampel penelitian diambil dengan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Sampel berusia 18-60 tahun yang telah melakukan servis sepeda motor di AHASS Adi Motor.

e. Rizan dan Andika (2017)

Pengaruh Kualitas Produk dan *Service quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan. Studi pada pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan menggunakan metode kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan dengan jelas tentang kualitas produk, *service quality*, dan kepuasan pelanggan di dealer Suzuki Fatmawati, Jakarta Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *descriptive* dan *explanatory research survey*. Sampel dari penelitian ini diambil dari pelanggan yang melakukan servis kendaraan di dealer Suzuki Fatmawati sebanyak 225 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah

purposive sampling research instrument yang digunakan untuk kuesioner, dan menggunakan analisis regresi linear ganda.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa *variable* kualitas produk dan *variable* kualitas layanan mempengaruhi *variable* kepuasan pelanggan. Selain itu hasil dari uji coba hipotesa menunjukkan: 1.) *variable* kualitas produk berpengaruh negatif terhadap *variable* kepuasan pelanggan, 2) *variable service quality* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, 3) penelitian ini menunjukkan presentase kontribusi dari pengaruh *independent variables* (kualitas produk dan kualitas layanan) untuk *variable* dependen (kepuasan pelanggan) sebesar 5,6 %.

2. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.

Tinjauan empiris yang pertama peneliti sebelumnya meneliti tentang *service quality* dan *customer satisfaction* pada usaha hotel mewah di Taiwan. Persamaannya terletak pada fokus penelitian yaitu *service quality* dan *customer satisfaction*, sedangkan perbedaan terletak pada obyek apa yang dikaji. Peneliti sebelumnya mengkaji pengembangan usaha hotel mewah sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah tentang usaha bengkel kendaraan bermotor.

Kedua, tinjauan empiris berikutnya memiliki persamaan yaitu, peneliti sebelumnya sama-sama meneliti tentang *service quality*, sedangkan perbedaannya peneliti sebelumnya tidak meneliti *customer satisfaction*. Tinjauan empiris yang ketiga persamaannya berupa fokus penelitian tentang

service quality dan obyek penelitian tentang bengkel. Akan tetapi perbedaannya peneliti sebelumnya tidak meneliti juga tentang *customer satisfaction*.

Tinjauan empiris yang keempat memiliki persamaan terhadap fokus penelitian dan obyek yang diteliti. Perbedaannya terletak metode penelitian yang digunakan. Peneliti sebelumnya menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode kualitatif. Tinjauan empiris yang terakhir memiliki perbedaan terhadap obyek yang diteliti yaitu peneliti sebelumnya meneliti tentang bengkel suzuki mobil sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti tentang bengkel dengan *brand* AHASS. Untuk Persamaannya yaitu peneliti sebelumnya sama-sama memiliki fokus penelitian mengenai *service quality* dan *customer satisfaction*.

B. Tinjauan Teoritis

1. Service Quality

a. Definisi Service Quality

Bagi sebuah bisnis, *service quality* menjadi salah satu hal penting yang harus selalu dijaga dan dipertahankan. Wyckof (1990) seperti dikutip Tjiptono (2005) mendefinisikan *service quality* sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Parasuraman et al., (1988) seperti dikutip Christina (2011) mendefinisikan *service quality* sebagai refleksi persepsi evaluatif pelanggan terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu.

Berdasarkan dua definisi *service quality* di atas dapat diketahui bahwa terhadap dua faktor utama yang mempengaruhi *service quality*, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) pelanggan dan pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) oleh pelanggan atau hasil yang dirasakan.

b. *Service Quality Attributes*

Service Quality Attributes merupakan *service quality* model yang diciptakan oleh John Haywood-Farmer untuk memudahkan pelaku usaha memahami harapan pelanggan akan pelayanan yang telah mereka berikan. Model ini terbagi menjadi tiga bagian sehingga memudahkan pelaku usaha untuk memahami *service quality* secara lebih lengkap. Ketiga bagian tersebut yaitu :

1. *Physical facilities, process and procedures*

Bagian ini mencakup semua hal yang terkait dengan tiga hal yang ada di bengkel. Pertama menyangkut tentang fasilitas fisik yang mana layanan atau jasa diciptakan, disalurkan, dan dinikmati oleh pelanggan. Kedua tentang barang-barang penunjang yang sering dijual sebagai bagian dari layanan. Ketiga adalah proses dan prosedur yang mana itu diciptakan, disalurkan, dan digunakan. Contoh dari bagian ini yaitu seperti lokasi usaha, tata letak, ukuran, dekorasi, keandalan fasilitas, alur proses dan fleksibilitas, keseimbangan kapasitas, kontrol alur proses, dan jangkauan layanan.

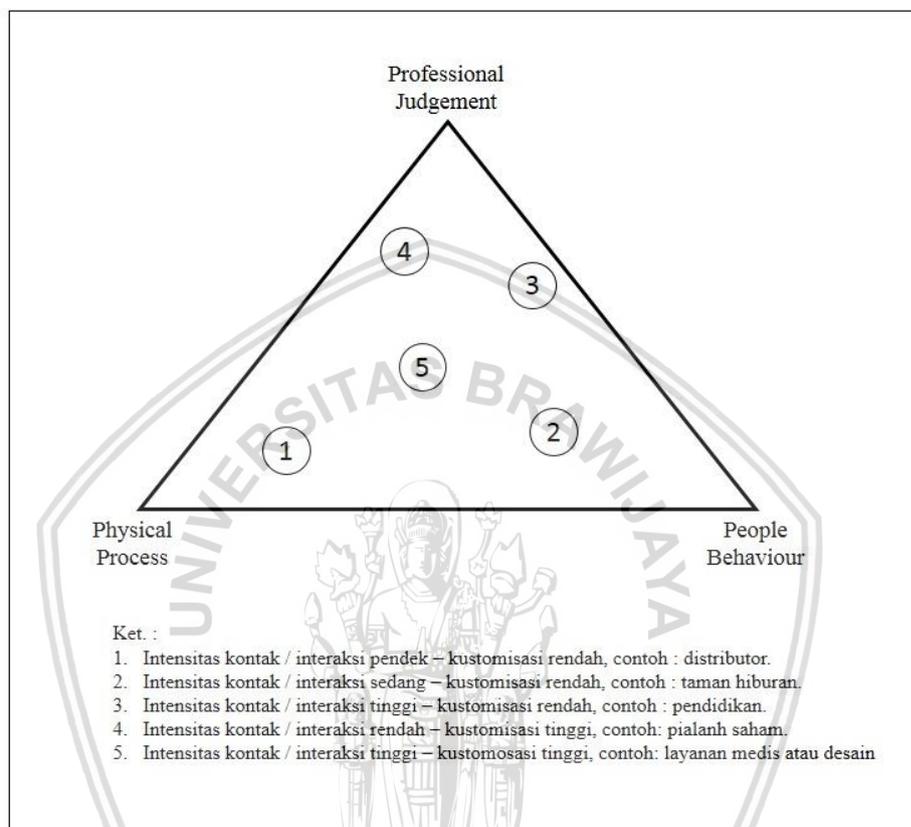
2. *People behaviour and conviviality*

Bagian ini mencakup tentang tingkah laku atau cara para pegawai atau pihak internal perusahaan atau sebuah bisnis dalam menyalurkan jasa atau layanan kepada pelanggan. Contoh dari bagian ini yaitu seperti ketepatan waktu, kecepatan pelayanan, komunikasi dengan pelanggan, kehangatan, keramahan, kebijaksanaan, sikap, nada bicara, pakaian, kerapian, kesopanan, perhatian, antisipasi, menangani keluhan, dan penyelesaian masalah.

3. *Professional Judgment*

Bagian ketiga ini mencakup tentang profesionalisme dari pihak-pihak yang menyediakan layanan atau jasa kepada pelanggan. Contoh dari bagian ini yaitu seperti diagnosa, nasihat, bimbingan, inovasi, kejujuran, kerahasiaan, kebijaksanaan, pengetahuan, dan keterampilan.

Pada *service quality* attributes ini Haywood-Farmer menggambarkan ketiga atribut itu kedalam segitiga pada gambar berikut.



Gambar 1. *Service Quality Attributes*

Sumber : Haywood-Farmer

2. Kepuasan pelanggan

a. Definisi Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dari berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan dapat diukur saat pelanggan mengkonsumsi nilai barang, setelahnya, dan saat pembelian kembali (*re-purchase*). Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan evaluatif ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya, dengan kinerja produk yang dirasakan.

Apabila kepuasan pelanggan tercapai sesuai harapan pelaku usaha, maka hal ini tentu akan berdampak positif bagi perusahaan. Apabila pelanggan merasa puas dengan barang atau jasa yang dikonsumsi, besar kemungkinan pelanggan akan melakukan pembelian ulang, dan mempromosikan pada komunitasnya. Dengan begitu barang atau jasa yang kita jual dapat dikatakan laku dipasaran, sehingga laba yang dihasilkan perusahaan diharapkan akan bertambah, dan bisnis akan terus berkembang.

Willie dalam Tjiptono (1997) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan sebagai *“Suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa”*. Sebagai tanggapan dari pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Kepuasan pelanggan adalah perasaan (*feeling*) yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Namun ditinjau dari perspektif perilaku pelanggan, ‘kepuasan pelanggan’ lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Perilaku setelah pembelian akan menimbulkan sikap puas atau tidak puas pada pelanggan, maka kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari harapan pembeli atas produk atau jasa dengan kinerja yang dirasakan (Spreng, *et al.*, 1996).

Barnes (2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan

suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

Giese dan Cote (2000) mengidentikasi tiga komponen dalam konsep kepuasan: pertama, kepuasan pelanggan adalah sebuah respon (*emotional or cognitive*); kedua, respon diasosiasikan dengan pada suatu fokus tertentu (harapan, produk, dan pengalaman mengkonsumsi); dan ketiga; respon terjadi dalam waktu tertentu (setelah mengkonsumsi, setelah pemilihan barang dan didasari oleh sebuah akumulasi dari pengalaman).

McIlroy dan Barnett (2000) menyatakan bahwa konsep penting yang perlu dipertimbangkan ketika mengembangkan program loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas atas nilai yang didapat dari sebuah produk atau jasa tertentu secara tidak langsung akan menguntungkan bagi perusahaan. Loyalitas adalah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang di tawarkan oleh perusahaan. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan tentu diperlukan suatu upaya. Sedangkan kepuasan merupakan salah satu faktor penyebab loyalitas itu sendiri dan penentu hasil akhir yang diharapkan yaitu *re-purchase*.

Dapat disimpulkan dari penjelasan-penjelasan diatas, kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan pelanggan atas terpenuhinya suatu kebutuhan akan suatu produk atau jasa, yang dapat diukur dengan adanya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan yang harmonis, pembelian ulang, dan terciptanya loyalitas pelanggan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Irawan dalam Rahayu (2009), Faktor-faktor pendorong kepuasan kepada pelanggan terdiri dari lima faktor yaitu :

1. Kualitas produk

Saat pelanggan merasa puas setelah membeli atau menggunakan produk yang memiliki kualitas produk yang baik.

2. Harga

Harga yang murah biasanya merupakan sumber kepuasan bagi pelanggan akan tetapi harga bukan jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.

3. Kualitas Jasa

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai atau karyawan.

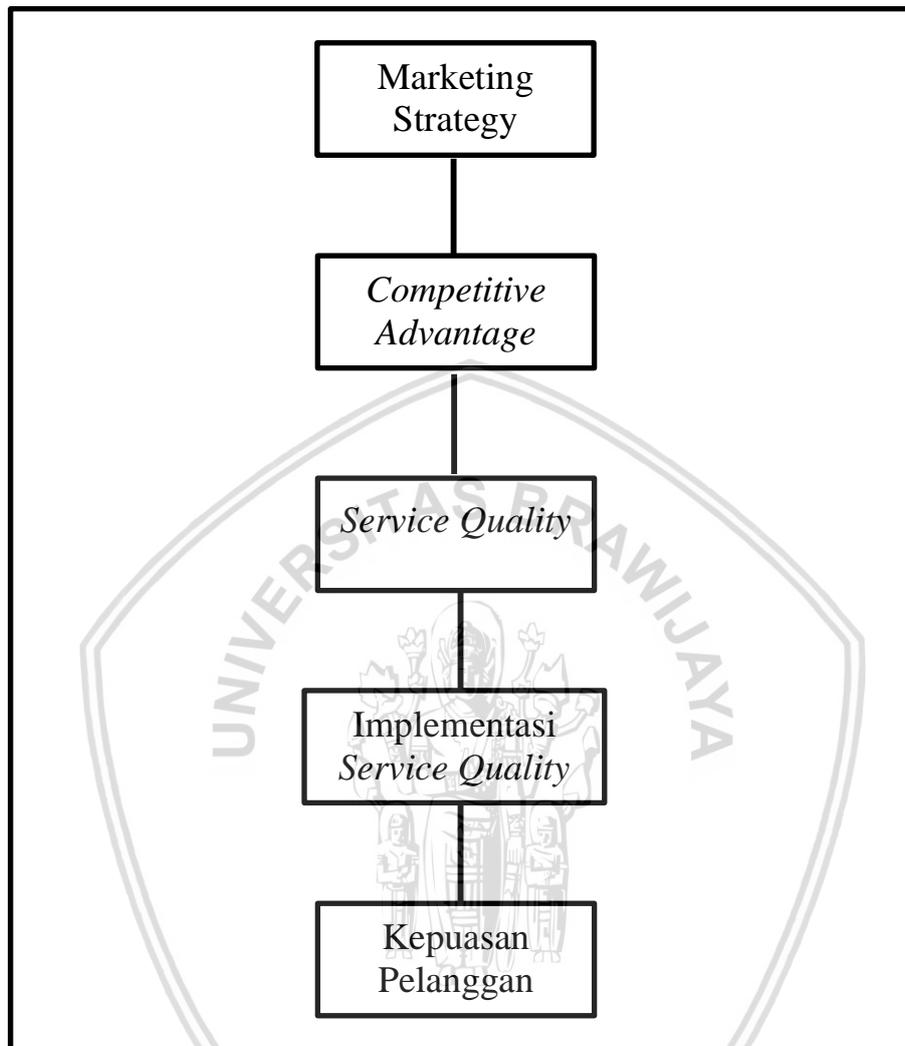
4. *Emotional Factor*

Kepuasan bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

5. Biaya

Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Kenyamanan dan efisiensi dalam mendapatkan jasa atau produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

C. Kerangka Berpikir



Gambar 2. Kerangka Berpikir
 Sumber : Olahan Peneliti.2017.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif (*qualitatif research*). Bogdan dan Taylor (Moleoang, 2007) mendefinisikan pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan latar dari individu tersebut secara holistik (utuh). Individu atau organisasi tidak boleh diisolasi ke dalam variabel atau hipotesis, tapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Penelitian kualitatif ini secara spesifik lebih diarahkan pada penggunaan metode studi kasus. Studi kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata (Robert K Yin, 2008:18). Secara umum, studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaannya suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bila mana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.

Menurut Lincoln dan Guba (Dedy Mulyana, 2004) Penggunaan studi kasus sebagai suatu metode penelitian kualitatif memiliki beberapa keuntungan, yaitu :

1. Studi kasus menyajikan pandangan dari subjek yang diteliti.
2. Studi kasus menyajikan uraian yang menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca kehidupan sehari-hari.
3. Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dan responden.
4. Studi kasus dapat memberikan uraian yang mendalam yang diperlukan bagi penilaian atau transferabilitas.

Pada dasarnya penelitian dengan jenis studi kasus bertujuan untuk mengetahui tentang suatu hal secara mendalam. Maka dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode studi kasus untuk mengungkapkan permasalahan penerapan *service quality* di bengkel dengan *brand* AHASS untuk dapat menciptakan kepuasan terhadap pelanggan. Pemilihan metode ini didasari fakta bahwa tema dalam penelitian ini termasuk kasus yang sedang terjadi dan masih aktual untuk dikaji.

B. Fokus Penelitian

Fokus menurut Moleong (2015) pada dasarnya adalah sebuah masalah pokok yang bersumber dari pengalaman peneliti atau melalui pengetahuan yang diperolehnya melalui kepustakaan ilmiah ataupun kepustakaan lainnya Fokus penelitian juga merupakan pembatasan terhadap masalah yang akan diteliti supaya nantinya permasalahan yang diteliti tidak meluas. Berdasarkan uraian tersebut, maka fokus dalam penelitian ini adalah :

1. Implementasi *service quality* bengkel AHASS dengan menggunakan *service quality model* dari Haywood-Farmer yang terbagi dalam tiga bagian:
 - a. *Physical facilities, process and procedures*
 - b. *People behaviour and conviviality*
 - c. *Profesional judgment*

2. Prespektif dari pihak bengkel dan pelanggan bengkel mengenai *service quality*.
3. Faktor-faktor yang menjadi pendorong kepuasan pelanggan bengkel AHASS.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu area dengan batasan yang jelas agar tidak menimbulkan ketidakjelasan bagi suatu objek yang diteliti. Adapun yang dimaksud lokasi penelitian adalah tempat di mana peneliti melakukan penelitiannya. Dalam hal ini lokasi yang menjadi lokasi penelitian adalah Bengkel AHASS Sekawan Motor dan AHASS Putra Jaya. Alasan peneliti melakukan penelitian pada bengkel motor dengan *brand* AHASS di Kota Malang karena peneliti melihat bengkel dengan *brand* AHASS telah bertahun-tahun memberi pelayanan perbaikan motor. Dengan pengalaman itulah akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Selain itu peneliti juga pernah melakukan servis motor di bengkel AHASS Sekawan Motor.

D. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh. Sumber data digunakan untuk mendapatkan informasi yang akurat sebagai landasan untuk menganalisa permasalahan yang timbul (Arikunto, 2006). Sumber data digolongkan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Adalah data yang diperoleh dari *interview* maupun observasi secara langsung kepada pihak-pihak terkait, antara lain :

- a. Kepala bengkel AHASS Putra Jaya.
- b. Pelanggan bengkel AHASS Putra Jaya.
- c. Kepala bengkel AHASS Sekawan Motor.
- d. Pelanggan bengkel AHASS Sekawan Motor.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data sekunder ini merupakan informasi yang diperoleh baik dari Komunitas ataupun luar komunitas. data sekunder ini dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu :

a. Data Internal

Merupakan data yang diambil dari dalam perusahaan tentang lokasi, strategi komunitas dan lain sebagainya serta data yang dibutuhkan untuk berjalannya proses penelitian.

b. Data Eksternal

Merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber luar yang meliputi data yang diperoleh dari internet, artikel, surat kabar, dan semua semua sumber dari luar komunitas yang memuat informasi yang dibutuhkan untuk penelitian.

Sumber-sumber data yang telah diperoleh, kemudian diolah untuk dianalisis dan dibahas pada bab selanjutnya, yaitu Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada Bab IV akan dibahas secara jelas tentang penelitian yang telah dilakukan nantinya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Nazir, 2006). Pengertian ini mengandung arti bahwa metode pengumpulan data merupakan salah satu rangkaian yang penting bagi sebuah penelitian. Hasil pengumpulan data nantinya akan disajikan sebagai hasil penelitian yang sebelumnya dianalisis terlebih dahulu. Teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Salah satu sumber informasi studi kasus yang sangat penting ialah wawancara. Wawancara merupakan suatu teknik untuk mendapatkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak terkait yang berguna untuk mendapatkan data untuk mendukung penelitian yang dilakukan. Peneliti melakukan wawancara terstruktur dalam menggali data yang dibutuhkan.

2. Observasi

Definisi dari pengamatan menurut Angrosino dalam Creswell (2015) adalah memperhatikan fenomena di lapangan melalui kelima indra peneliti, seringkali dengan instrumen atau perangkat, dan merekamnya untuk tujuan ilmiah. Creswell (2015) membagi tipe pengamatan menjadi empat (4) tipe yang akan dijelaskan berikut:

- a. **Partisipan sempurna.** Peneliti terlibat secara penuh dengan masyarakat yang sedang diamatinya. Hal ini dapat membantunya membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat yang sedang diamati (Angrosino, 2007).
- b. **Partisipan sebagai pengamat.** Peneliti berpartisipasi dalam aktivitas di tempat penelitian. Peran sebagai partisipan lebih mencolok daripada peran sebagai pengamat. Hal ini dapat membantu peneliti untuk memperoleh pandangan insider dan data subyektif. Akan tetapi, hal ini dapat menyulitkan peneliti untuk merekam data ketika ia larut dalam aktivitas tersebut.
- c. **Nonpartisipan/pengamat sebagai partisipan.** Peneliti merupakan outsider dari kelompok yang sedang diteliti, menyaksikan dan membuat catatan lapangan dari kejauhan. Ia dapat merekam data tanpa terlibat langsung dengan aktivitas atau masyarakat.
- d. **Pengamat sempurna.** Peneliti tidak terlihat atau diketahui oleh masyarakat yang sedang diteliti.

Penulis dalam penelitian ini akan memposisikan diri sebagai nonpartisipan/pengamat sebagai partisipan. Pemilihan tipe ini dikarenakan dalam praktek penelitian pada bengkel-bengkel dengan brand AHASS Kota Malang penulis tidak bisa terlibat secara langsung dengan aktivitas bengkel karena penulis bukan karyawan dari perusahaan tersebut. Aktivitas yang dapat dilakukan oleh penulis hanya mengamati dari jauh dan melakukan pencatatan perihal aktivitas perusahaan untuk dapat dianalisis nanti sesuai topik penelitian yang penulis diteliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang tidak berkaitan dengan narasumber secara langsung, namun berkaitan dengan obyek penelitian. Bentuk dokumentasi yang akan dijalani penulis berupa penelusuran catatan-catatan tertulis objek penelitian sehingga dapat menemukan data

tambahan sesuai dengan yang dibutuhkan. Penulis ketika menggunakan teknik dokumentasi ini akan mencoba untuk menyelidiki dokumen-dokumen Bengkel AHASS Sekawan Motor dan AHASS Putra Jaya yang diperoleh sesuai izin yang didapat. Penulis juga akan mengambil foto terkait aktivitas keseharian yang ada di bengkel-bengkel dan foto lainnya yang dirasa dibutuhkan untuk menunjang aktivitas penelitian yang saat ini dijalani penulis. Lebih lanjut, penulis juga melakukan studi dokumen terhadap informasi yang berkaitan dengan bengkel dengan *brand* AHASS seperti pemberitaan, data mengenai maskapai penerbangan dari website, Undang-Undang yang mengatur mengenai penerbangan dan maskapai berbiaya hemat, data penelitian dari lembaga riset, dan sebagainya.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaan lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti cermat, lengkap, dan sistematis sehingga mudah diolah. instrumen penelitian digunakan untuk memperoleh data yang valid dan *representative*. Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah :

1. Peneliti

Menurut Nasution (1988) dalam Sugiyono (2011) peneliti merupakan salah satu instrumen penelitian karena sebagai alat peka dan alat pengukur yang menganalisis fenomena-fenomena yang menyimpang atau menjadi gejala baru yang harus diketahui sehingga dapat menjadi kesimpulan. Peneliti menggunakan

alat panca indra untuk melakukan pengamatan fenomena-fenomena yang terjadi di lapangan.

2. Pedoman Wawancara

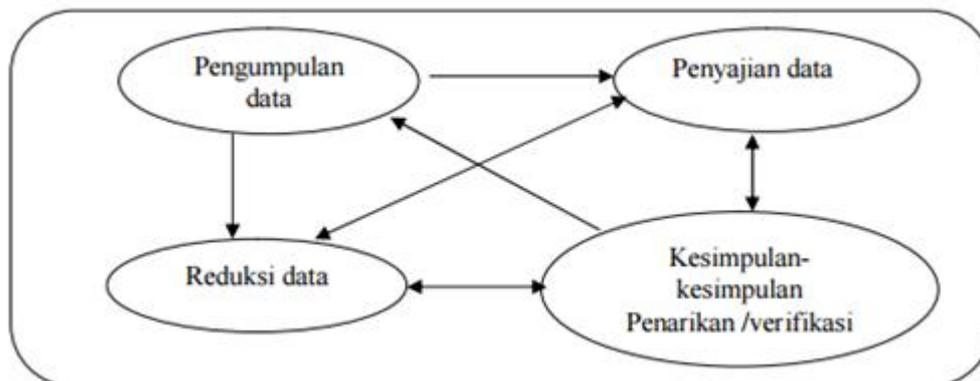
Merupakan kerangka atau garis besar pertanyaan dalam proses wawancara yang dibuat peneliti untuk pihak-pihak yang terkait di lokasi penelitian dan untuk memperoleh data-data yang diperlukan, hal ini dilakukan untuk memudahkan dalam memperoleh informasi atau data-data yang diperlukan dari pihak terkait.

3. Perangkat penunjang berupa buku catatan dan alat tulis.

Perangkat penunjang yang digunakan berupa catatan lapangan yang dipergunakan peneliti untuk mencatat apa yang didengar, diamati, dan dialami dalam rangka pengumpulan data di lapangan yang digunakan untuk mencatat informasi yang dapat dikembangkan sebagai bahan tambahan data yang lain.

G. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari data wawancara, catatan, dokumen dan bahan-bahan lain, sehingga dapat dengan mudah dipahami dan diinformasikan temuannya kepada orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan model interaktif oleh Miles dan Huberman untuk menganalisis data hasil penelitian. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus-menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Adapun model interaktif yang dimaksud sebagai berikut:



Gambar 3. Komponen-komponen Analisis Data Model Interaktif
Sumber: Miles dan Huberman

Komponen-komponen analisis data model interaktif dijelaskan sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh penelitian dilapangan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi direduksi dengan cara merangkum, memilih dan memfokuskan data pada hal-hal yang sesuai dengan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti melakukan reduksi data dengan cara memilah-milah, mengkategorikan dan membuat abstraksi dari catatan lapangan, wawancara dan dokumentasi.

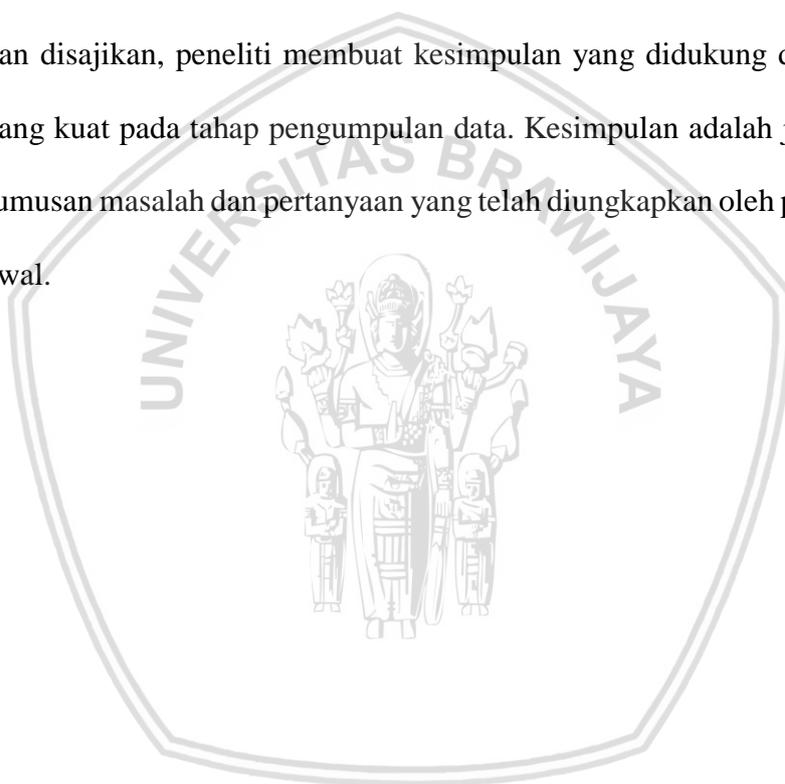
2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan setelah data selesai direduksi atau dirangkum. Data yang diperoleh dari hasil obeservasi, wawancara dan dokumentasi dianalisis kemudian disajikan dalam bentuk CW (Catatan Wawancara), CL (Catatan Lapangan) dan CD (Catatan Dokumentasi). Data yang sudah disajikan dalam bentuk catatan wawancara, catatan lapangan dan catatan dokumentasi diberi kode data untuk mengorganisasi data, sehingga peneliti dapat menganalisis dengan cepat dan mudah. Peneliti membuat daftar awal

kode yang sesuai dengan pedoman wawancara, obeservasi dan dokumentasi. Masing-masing data yang sudah diberi kode dianalisis dalam bentuk refleksi dan disajikan dalam bentuk teks.

3. Kesimpulan, Penarikan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif model interaktif adalah penarikan kesimpulan di verifikasi. Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti membuat kesimpulan yang didukung dengan bukti yang kuat pada tahap pengumpulan data. Kesimpulan adalah jawaban dari rumusan masalah dan pertanyaan yang telah diungkapkan oleh peneliti sejak awal.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. AHASS Putra Jaya

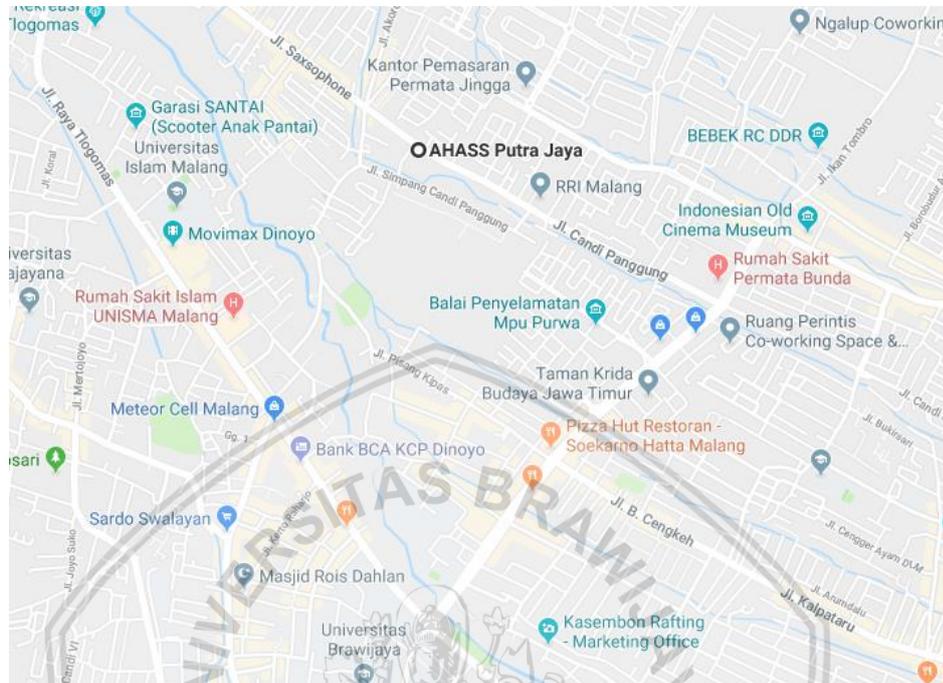
a. Profil Bengkel Putra Jaya

Bengkel AHASS Putra Jaya adalah bengkel sepeda motor dengan *brand* AHASS yang hanya menangani sepeda motor yang bermerek Honda saja. Bengkel AHASS Putra Jaya ini tergolong bengkel berukuran kecil, yaitu tipe H12. Dalam istilah yang ada di jaringan bengkel Honda AHASS, bengkel AHASS dibagi menjadi 2 tipe yaitu bengkel H12 mewakili bengkel kecil, sedangkan bengkel H123 mewakili bengkel besar.

Perbedaan dari dua bengkel tersebut adalah pada ukuran dan khusus yang H123 menjadi satu bangunan dengan dealer motor. Sebagai bengkel tipe H12 AHASS Putra Jaya ini tergolong kecil. Akan tetapi bengkel ini masih ditunjang dengan beberapa fasilitas pendukung untuk para pelanggan bengkel. Bengkel ini beroperasi telah lebih dari 2 tahun di Kota Malang. Bengkel AHASS Putra Jaya secara resmi berdiri sejak tanggal 1 Januari 2015. Berlokasi di jalan Candi Panggung no. 3C-D, kelurahan Mojolangu, kecamatan Lowokwaru.

Bengkel ini terletak di lokasi sangat strategis yaitu dekat dengan dua kampus besar di Kota Malang yaitu Universitas Brawijaya dan Politeknik Negeri Malang. Bengkel AHASS Putra Jaya ini berbadan hukum dengan

bentuk persekutuan komanditer atau yang lebih dikenal dengan singkatan CV dengan nama CV. Putra Jaya.



Gambar 4. Lokasi dari bengkel AHASS Putra Jaya
Sumber: Google Maps

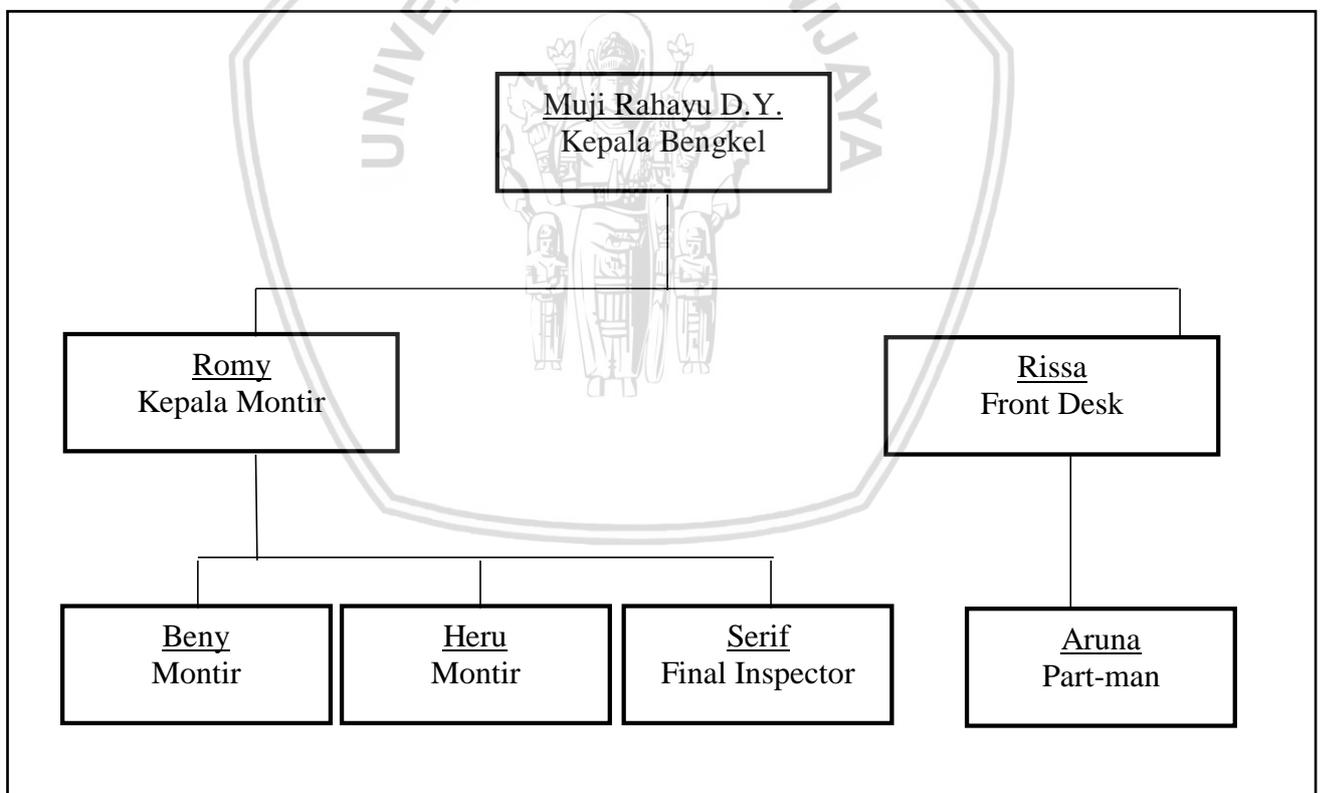
Direktur dari bengkel ini adalah Ibu Pariningsih. Untuk pemilik dari bengkel ini adalah Ibu Pariningsih beserta dua rekannya. Sayangnya, untuk nama dari dua rekan ini pihak bengkel tidak bisa menyebutnya. Untuk posisi kepala bengkel dan sekaligus bertanggung jawab atas operasional bengkel sehari-hari adalah Bapak Muji Rahayu Dwijo Yuhono.

Pertumbuhan bengkel ini termasuk sangat cepat. Pada tiga bulan awal berdirinya bengkel, hanya ada sekitar 100 unit service sepeda motor tiap bulan dalam triwulan pertama. Kemudian dibulan ke empat dan lima bengkel ini bisa mencapai 500 unit service sepeda mterotor setiap bulannya. Di tahun

keduanya, tahun 2017, bengkel ini bisa mendapatkan rata-rata total 1200 unit service sepeda motor setiap bulannya.

Capaian rata-rata unit service yang tinggi menjadikan bengkel AHASS Putra Jaya meraih penghargaan dari MPM Honda, dealer pusat wilayah Jawa Timur, sebagai bengkel AHASS dengan capaian unit *entry* terbanyak di Jawa Timur. Prestasi ini tidak lepas dari kerja kersa dan kerja sama antara pemilik, kepala bengkel, mekanik, sekaligus *customer service* yang selalu memberikan yang terbaik.

b. Struktur Organisasi Bengkel AHASS Putra Jaya



Gambar 5. Struktur Organisasi Bengkel AHASS Putra Jaya
Sumber : AHASS Putra Jaya

c. Fasilitas bengkel AHASS Putra Jaya

- Ruang Tunggu

Wajib bagi sebuah bengkel untuk memiliki ruang tunggu yang nyaman untuk konsumen. Di bengkel AHASS Putra Jaya memiliki tempat duduk yang bagus dan cukup untuk menampung hanya 10 orang saja. Akan tetapi sudah ada kursi tambahan jika orang bengkel membeludak.

- PIT mekanik

Bengkel AHASS Putra Jaya ini terdapat 5 PIT service yang dengan peralatan yang lengkap. Jumlah ini cukup untuk menunjang kebutuhan sehari-sehari pelanggan bengkel.

- Flat TV dan free Wifi

Ruang tunggu saja tidak lah cukup untuk menemani pelanggan menunggu motornya selesai diservice. Bengkel AHASS Putra Jaya menyediakan flat TV yang berisi channel internasional. Selain itu pelanggan bengkel juga bisa memanfaatkan wifi yang sudah disediakan oleh pihak bengkel.

- Tempat Parkir

AHASS Putra Jaya telah menyediakan lahan yang cukup untuk dijadikan tempat parkir pelanggannya. Sebagai bengkel yang berukuran kecil lahan parkir di bengkel AHASS Putra Jaya termasuk lebih dari cukup. Perkiraan tempat parkir di bengkel dapat menampung kurang lebih 20 motor.

- Air Mineral Gratis

Bagi pelanggan bengkel AHASS Putra Jaya bisa menikmati air mineral sepuasnya yang telah disediakan oleh pihak bengkel. Pelanggan bengkel tak perlu khawatir kehausan ketika sedang menunggu motornya diperbaiki.

2. AHASS Sekawan Motor

a. Perjalanan Bengkel AHASS Sekawan Motor

Bengkel AHASS Sekawan Motor adalah bengkel sepeda motor dengan *brand* AHASS yang hanya menangani sepeda motor merek Honda saja. Bengkel AHASS Sekawan Motor tergolong bengkel tipe H123 yang mana termasuk sebagai bengkel ukuran besar.

Bengkel AHASS Sekawan Motor tak hanya terdiri dari tempat service sepeda motor saja. Bengkel ini juga terdapat *showroom* sepeda motor Honda. Pelanggan bengkel juga dimudahkan untuk melihat-lihat produk terbaru dari sepeda motor Honda dengan mengunjungi *showroom* yang berada satu gedung dengan bengkel.

Lebih dari 12 tahun bengkel AHASS Sekawan Motor melayani perbaikan kendaraan, bengkel ini dalam sejarahnya secara resmi di buka pada tahun 2005. Badan hukum bengkel ini berbentuk CV dengan nama CV. Sekawan Mitra Abadi. Saham dari bengkel AHASS Sekawan Motor dimiliki oleh 4 orang yaitu PT. Penamas, Bapak Darta, Bapak Daniel, dan Bapak Handoyo.

Lokasi bengkel ini terletak di Kota Malang, di Jalan Galunggung No. 47 keluarahan Gading Kasri kecamatan Klojen. Bengkel ini terletak di

kawasan strategis karena dekat dengan empat kampus besar dan pemukiman padat penduduk. Bengkel AHASS Sekawan Motor ini juga terletak di jalan utama sehingga mudah diakses oleh masyarakat.



Gambar 6. Lokasi dari bengkel AHASS Sekawan Motor
Sumber: Google Maps

Bengkel AHASS yang berada di bawah naungan CV. Sekawan Mitra Abadi ini dipimin oleh Bapak Daniel selaku direktur perusahaan. Sedangkan untuk bengkel AHASS sendiri dikepalai oleh Bapak Aris Gunawan. Selama ini bengkel AHASS Sekawan motor sudah berganti kepala bengkel selama satu kali. Bapak Aris Gunawan menjabat mulai dari 2010 menggantikan kepala bengkel sebelumnya.

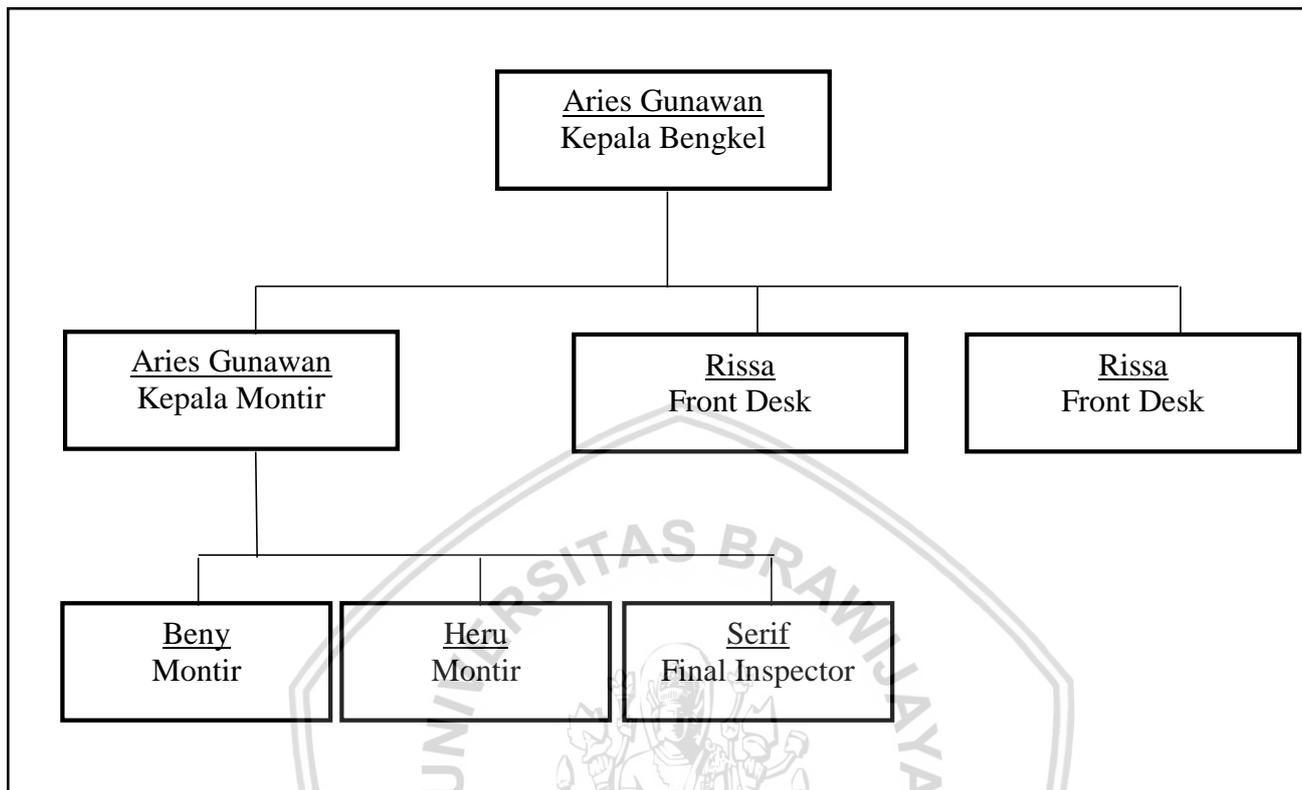
Pada masa awal bengkel ini beroperasi jumlah mekanik pada waktu itu hanya berjumlah 5 orang. Seiring berjalannya waktu jumlah mekanik terus

bertambah, pada tahun 2016 jumlah mekanik mencapai 10 orang. Namun pada tahun 2018 ini jumlah mekanik berjumlah 9 orang. Semua mekanik bengkel ini telah mengikuti berbagai pelatihan yang dilakukan oleh pihak Honda pusat dan juga telah memiliki sertifikat profesi.

Bengkel AHASS Sekawan Motor dalam 5 tahun terakhir ini juga telah mendapatkan beberapa prestasi, salah satunya yang menjadi prestasi rutin adalah penghargaan atas performa penjualan spare part kendaraan yang selalu melampaui target. Selain itu jumlah unit *entry* atau jumlah kendaraan yang masuk di bengkel ini selalu mencapai angka lebih dari 1000 sepeda motor.

Tempat tunggu bengkel ini tergolong terlengkap jika dibanding AHASS dengan tipe yang sama. Ruang tunggu di bengkel AHASS ini memiliki fasilitas pendingin ruangan, wifi gratis, TV, majalah, dan kantin. Bengkel AHASS Sekawan Motor tiap tahun terus meningkatkan kualitasnya mulai dari fasilitas fisik samapai dengan hasil servicenya. Berbagai program yang dilakukan oleh AHASS Sekawan Motor ini semua bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Struktur Organisasi Bengkel AHASS Sekawan Motor



Gambar 7. Struktur Organisasi Bengkel AHASS Sekawan Motor
Sumber : AHASS Sekawan Motor

c. Fasilitas bengkel AHASS Sekawan Motor

- Ruang Tunggu

Bengkel AHASS Sekawan Motor Malang merupakan salah satu bengkel dengan ruang tunggu dengan kursi yang banyak dan bisa menampung sekitar 30 orang. Selain itu ruang tunggu bengkel ini terletak dilantai 2 sehingga jauh dari suara bising bengkel.

- Pendingin Ruangan

Pelanggan bengkel semakin merasa nyaman dengan fasilitas pendingin ruangan yang ada diruangan bengkel AHASS Sekawan Motor.

- **Kantin**

Bagi pelanggan yang memperbaiki kendaraannya dibengkel AHASS Sekawan Motor bisa membeli makanan ringan dan minuman yang telah disediakan di kantin bengkel.

- **Musholla**

Pelanggan AHASS Sekawan Motor yang beragama Islam dapat menggunakan fasilitas musholla yang telah disediakan oleh pihak bengkel sehingga dapat menjalankan kewajibannya.

- **PIT mekanik**

Bengkel AHASS Sekawan motor ini terdapat 9 PIT service yang dengan peralatan yang lengkap. Jumlah PIT mekanik yang banyak dapat memuat lebih dari 9 pengerjaan motor secara bersamaan dan total kapasitas service bisa mencapai lebih dari 70 sepeda motor.

- **TV dan free Wifi**

Bengkel AHASS Sekawan Motor ini juga dilengkapi dengan TV yang berisi channel internasional yang terletak di ruang tunggu. Selain itu pelanggan bengkel juga bisa memanfaatkan wifi yang sudah disediakan oleh pihak bengkel.

- **Tempat Parkir**

Tempat parkir yang cukup luas juga tersedia di bengkel AHASS Sekawan Motor. Tempat parkir ini kurang lebih bisa menampung 40 motor lebih. Bagi bengkel kelas AHASS Sekawan Motor maka menjadi sebuah keharusan untuk memiliki lahan yang cukup luas untuk menampung motor kendaraannya.

- Air Mineral Gratis

Bagi pelanggan bengkel AHASS Sekawan Motor bisa menikmati air mineral sepuasnya yang telah disediakan oleh pihak bengkel. Pelanggan bengkel tak perlu khawatir kehausan ketika sedang menunggu motornya diperbaiki.

B. Penyajian Data dan Fokus Penelitian

1. Diskripsi *Service Quality Attribute* dalam studi kasus manajemen bengkel AHASS Putra Jaya.

a. *Physical facilities, process and procedures* (Fasilitas Fisik, Proses, dan Prosedur).

Fasilitas fisik merupakan bagian yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa untuk melayani pelanggannya. Berbagai fasilitas utama dan penunjangnya harus bengkel penuh untuk memperlancar kegiatan bisnisnya. Tidak cukup hanya fasilitas fisik, proses, dan prosedur harus dijadikan perhatian oleh pihak bengkel. Studi yang dilakukan peneliti ke bengkel AHASS Putra Jaya ini sudah telah menunjukkan beberapa fasilitas dan program untuk memenuhi bagian ini.

Menjadi salah satu bengkel yang pernah memperoleh penghargaan dari main dealer yaitu MPM sebagai bengkel dengan unit servis kendaraan terbanyak di Jawa Timur. Bengkel AHASS Putra Jaya juga memperhatikan lokasi, dekorasi, dan ukuran dari bengkel. Berikut pernyataan Pak Muji tentang lokasi bengkel pada hari jumat tanggal 23 Februari 2018 pada pukul 10.30 WIB.

“letak sudah strategis, selain dekat kampung, bengkel juga dekat kampus. Sehingga bengkel ini sudah mendekati populasi kendaraan otomatis servis *demand* banyak. Apalagi orang kampung disini banyak yang buka kos kosan”

Pernyataan kedua Pak Muji menjelaskan tentang ukuran bengkel pada hari Jumat 23 Februari 2018 pukul 10.45 WIB

“kalau ukuran bengkel belum standard, karena minimal 15 m x 9 m, tapi bengkel ini Cuma 8 m x 10 m. Tapi ini unggul di lahan parkirnya.”

Pernyataan ketiga Pak Muji menjelaskan tentang dekorasi bengkel pada hari jumat 23 Februari 2018 pukul 10.52

“sama, semua standard dari main dealer. Baik pit dan letak yang lain. Dan selama ini tidak ada berubah. Ini juga tergolong pit baru karena sudah menggunakan alat yang baru salah satunya seperti alat membuka mur otomatis dengan kabel yang lebih rapi”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, bengkel AHASS Putra Jaya sudah mempersiapkan dengan baik dari mulai lokasi, dekorasi, dan ukuran. Dari tata letak memang untuk bengkel AHASS sudah ada standard yang telah ditetapkan oleh main dealer (MPM). Bengkel Putra Jaya sendiri telah memilih lokasi yang sangat strategis yaitu berdekatan dengan pemukiman padat penduduk dan beberapa kampus besar di Kota malang.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut juga diketahui bahwa lokasi adalah salah satu bagian penting dari bengkel. Pak Muji mengungkapkan alasannya memilih yang dekat pemukiman dikarenakan bahwa akan ada banyak *demand* atau permintaan servis kendaraan. Apalagi dilokasi itu termasuk padat penduduk dengan jumlah kos-kosan yang banyak.

Untuk dekorasi juga semua sudah ada standardnya yang sama di semua bengkel AHASS. Untuk ukurannya bengkel AHASS ini berbeda. Ukuran

yang seharusnya untuk bengkel berukuran kecil ini adalah 15 m x 9 m, akan tetapi bengkel AHASS Putra Jaya hanya berukuran 8 m x 10 m. Namun, bengkel ini tetap unggul. Karena ada lahan parkir yang luas. Yang cukup untuk menampung banyak motor pelanggan.

Lokasi yang sudah strategis tak hanya menjadi andalan bengkel AHASS Putra Jaya untuk meningkatkan jumlah unit sepeda motor yang servis. Pihak AHASS Putra Jaya juga menyiapkan fasilitas fisik pendukung lainnya seperti Pit untuk perbaikan sepeda motor lengkap dengan peralatannya dan ruang tunggu dengan beragam fasilitas. Berikut pernyataan dari Pak Muji tentang fasilitas fisik yang ada di bengkel pada hari jumat 23 Februari 2018 pukul 11.00 WIB.

“sama, semua standard dari main dealer. Baik pit dan letak yang lain. Selama ini tidak ada berubah. Ini juga tergolong pit baru karena sudah menggunakan alat yang baru salah satunya seperti alat membuka mur otomatis dengan kabel yang lebih rapi”

Pak Muji juga menambahkan fasilitas fisik lain yang juga di miliki oleh bengkel AHASS Putra Jaya pada hari jumat 23 february 2018 pukul 11.10 WIB

“disini sudah ada TV, wifi, ruang tunggu, terus ada fasilitas gratis cuci dan juga helm konsumen dibersihkan, tidak dicuci”

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa bengkel AHASS Putra Jaya telah memberikan fasilitas fisik yang menunjang kebutuhan pelanggan. Dengan menyediakan pit motor dengan alat yang lengkap dan terbaru. Selain itu Ruang tunggu di bengkel ini tergolong baik. Hasil observasi peneliti setidaknya ada 10 kursi yang bisa digunakan oleh pelanggan yang menunggu

motornya diservis. Agar tidak bosan, pelanggan boleh menggunakan akses wifi gratis yang telah disediakan.

Pelanggan cukup melihat username dan password yang sudah ditulis di dinding dekat kasir. Jika akses wifi belum untuk mengatasi kebosan pelanggan. Bisa juga menikmati TV yang ada disana. Bengkel AHASS Putra Jaya juga menyediakan air mineral gratis untuk pelanggannya.

Alur proses pengerjaan servis di bengkel AHASS Putra Jaya sudah sistematis. Alur ini juga merupakan alur yang telah ditentukan dari *main dealer* yaitu MPM Honda. Semua bengkel yang dengan *brand* AHASS wajib menggunakan alur yang sama juga. Berikut adalah keterangan dari bapak Muji tentang alur proses di bengkel pada hari jumat 23 februari 2018 pukul 11.20 WIB.

“Jadi pertama konsumen disambut oleh perugas SA (*service advisor*) lalu memberikan estimasi awal tentang kira-kira kerusakannya apa aja dan solusinya apa aja. Kemudian kedua adalah *entry* data ke front desk. Selanjutnya ketiga mekanik mengambil WO atau data kerusakan motor konsumen dari *front desk*. Keempat mekanik mengerjakan sesuai isi WO. Kelima konfirmasi penggantian spare part ke konsumen, temuan permasalahan baru, dan sekaligus estimasi harga. Keenam konsumen menyetujui apa saja yang akan diganti. Ketujuh proses pengerjaan servis. Kedelapan adalah final check. Kesembilan konsumen membayar ke kasir. Terakhir motor dicuci dahulu lalu diserahkan ke konsumen”

Berdasarkan hasil wawancara tentang alur proses tersebut ada tujuh tahapan yang dilakukan pihak bengkel untuk melayani pelanggannya. Mulai dari pelanggan datang, proses pengerjaan, dan sampai penyerahan kembali motor ke pelanggan. Alur proses ini diterapkan oleh bengkel ini secara konsisten dan terus menerus. Hasil dari pengamatan peneliti juga melihat sendiri dengan jelas bahwa bengkel telah menarapkan alur tersebut.

AHASS Putra Jaya juga memiliki beberapa prosedur yang harus dijalankan oleh para pegawai dan mekaniknya. SOP (*standard operational procedure*) di bengkel AHASS Putra Jaya ini ada tiga macam yaitu SOP untuk SA (*service advisor*), SOP untuk *front desk*, dan SOP untuk servis. Berikut adalah hasil wawancara dengan bapak Muji terkait dengan prosedur yang ada di bengkel pada hari jumat 23 Februari 2018 11.30 WIB.

“disini sudah ada SOPnya semua. SOP SA atau *service advisor*, SOP *front desk*, dan SOP servis. Untuk SOP *front desk* biasanya mengucapkan salam satu hati. Untuk SOP keseluruhan pegawai bengkel memakai seragam sesuai dengan hari. Untuk mekanik harus bersepatu *safety*”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut bengkel AHASS Putra Jaya telah memberikan arahan untuk setiap karyawannya untuk melakukan hal apa saja yang perlu dilakukan ketika melayani pelanggan sampai proses pengerjaan servis. SOP tersebut juga memberika aturan tentang seragam dan peralatan apa yang harus dipakai ketika melaksanakan kegiatan di bengkel.

b. *People's Behaviour and Conviviality* (Tingkah Laku dan Keramahan Orang).

Penyedia jasa dalam menjalankan bisnisnya selain menyediakan berbagai fasilitas fisik yang menunjang kebutuhan pelanggan juga harus memperhatikan tingkah laku dan keramahannya terhadap pelanggan. Berdasarkan *service quality attributes* dari model Haywood-Farmer. Bagian kedua yang perlu diperhatikan adalah keramahan dan tingkah laku dari pegawai perusahaan atau penyedia jasa.

Bengkel AHASS Putra Jaya juga telah melakukan berbagai program untuk menunjang kegiatan bengkelnya. Komunikasi dengan pelanggan menjadi hal

yang sangat diperhatikan dalam bagian kedua ini. Berikut hasil dari wawancara dengan bapak Muji tentang cara berkomunikasi bengkel dengan pelanggan pada hari jumat 23 februari 2018 pukul 11.45 WIB.

“kita kasih senyum sapa, lalu panggil nama konsumen, karena kalau nama lebih akrab dengan konsumen. Kalau dibengkel ini konsumen bebas untuk berkomunikasi dengan mekanik. Tujuannya biar *fair* adil dalam artian tidak ada yang ditutup-tutupi untuk biayanya”

Berdasarkan hasil wawancara diatas bengkel AHASS Putra Jaya memiliki pola dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Untuk pegawai *front line* atau yang bertemu pelanggan secara langsung seperti SA (*service advisor*) dan *front desk*. Mereka pertama menyapa pelanggan terlebih dahulu dan juga memberi senyuman ke pelanggan. Bengkel AHASS Putra Jaya juga memberi kebebasan kepada pelanggannya untuk bisa berkomunikasi langsung dengan para mekanik. Tujuannya adalah agar terjadi transparansi dalam pengerjaan servis dan tidak ada satu pun yang ditutup-tutupi.

Selanjutnya dalam bagian ini bengkel AHASS Putra Jaya juga melengkapi para pegawainya dengan atribut atau seragam khusus yang digunakan oleh seluruh karyawan. Pemakaiannya juga ada aturannya. Seragam tertentu akan digunakan pada saat tertentu pula. Sesuai apa yang menjadi peraturan yang ada dalam bengkel. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Pak Muji pada hari jumat 23 hari jumat februari 2018 pukul 12.05 WIB.

“disini ada seragam yang harus dipakai pegawai termasuk mekanik, untuk seragam mekanik full 7 hari kerja memakai seragam putih, topi, dan celemek. Kemudian ada seragam untuk FLP atau front line people yaitu seragam untuk front desk, SA, Spare part. Mereka senin – jumat memakai seragam standard FLP, sabtu-minggu menggunakan baju bebas Honda. Untuk mekaniknya sendiri menggunakan seragam atasan dan bawahan putih, menggunakan celemek dan bertopi”

Berdasarkan wawancara diatas untuk setiap karyawan memiliki seragam khusus yang dipakai di hari tertentu. Pernyataan dari bapak Muji untuk bagian FLP atau *front line people* menggunakan seragam standard FLP yang berwarna putih merah untuk hari senin sampai dengan jumat. Untuk akhir pekan mereka menggunakan seragam bebas Honda.

Bagian mekanik pada bengkel AHASS Putra Jaya menggunakan seragam atasan dan bawahan putih. Mekanik juga menggunakan celemek atau peling baju depan dan sekaligus mekanik wajib menggunakan topi. Dalam observasi yang dilakukan peneliti juga melihat bahwa para pegawai dan mekanik di bengkel AHASS Putra Jaya terlihat rapi menggunakan seragam.

Penyedia jasa seperti bengkel juga tak lepas dari keluhan dari pelanggan. Keluhan biasanya diutarakan oleh pelanggan ketika sebelum motornya diservis. Pelanggan juga akan menyampaikan keluhannya kembali ke pihak bengkel, jika hasil servis yang dilakukan bengkel tidak sesuai dengan ekspektasi. Berikut adalah hasil wawancara dengan bapak Muji selaku kepala bengkel AHASS Putra Jaya pada hari jumat 23 februari 2018 pukul 12.25 WIB.

“Pertama ditanya dulu oleh pihak SA bengkel, dianalisa, jika ada keluhan yang SA tidak tau langsung diarahkan ke kepala bengkel. Lalu, setelah itu check riwayat history, lalu konfirmasi ke pelanggan. Kalau sudah clear masalahnya. Langsung kasih tindakan”

Cara untuk mengatasi keluhan pelanggan dari pihak bengkel AHASS Putra Jaya sudah memiliki pola tersendiri. Ketika pelanggan yang datang kembali ke bengkel dan memceritakan keluhannya terhadap hasil servis, pihak bengkel AHASS Putra Jaya sudah memiliki beberapa cara untuk menanggapi protes pelanggan.

c. *Professional Judgement* (Penilaian Profesional)

Bagian ketiga dalam *service quality attribute* adalah tentang *professional judgement* atau penilaian profesional. Bagian yang ketiga ini faktor yang menentukan adalah hasil dari pengerjaan yang dilakukan oleh pihak penyedia jasa. Kemampuan pihak penyedia jasa untuk menyelesaikan setiap permasalahan pelanggan adalah faktor utama. Dalam usaha bengkel ini yang menjadi faktor utama menentukan hasil adalah *skill* dari mekanik.

Bengkel AHASS Putra Jaya juga telah mempertahankan dan meningkatkan kualitas hasil pengerjaan servisnya melalui sertifikasi skill mekaniknya. Seluruh mekanik dalam bengkel AHASS Putra Jaya telah memiliki sertifikasi untuk mekanik profesional. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak Muji. Pada hari jumat 23 february 2018 pukul 12.42 WIB.

“Mekanik disini ada 6 dan semua sudah bersertifikat level 1 semua, untuk level 2 dua orang, level 3 tiga orang, terus untuk front desk sudah bersertifikat PAA sertifikat administrasi AHASS. *Professional judgment.*”

Berdasarkan wawancara diatas. Pihak AHASS Putra Jaya telah mempersiapkan diri untuk peningkatan kualitas dari pihak mekaniknya. Total dari enam mekanik yang ada di bengkel semua memiliki sertifikat level satu. Kemudian untuk level dua hanya terdapat dua orang saja yang memiliki sertifikat tersebut. Untuk level tiga terdapat tiga mekanik yang memiliki sertifikat di level ini. Selain mekanik, *front desk* dari bengkel AHASS Putra Jaya sudah juga memiliki sertifikat PAA atau sertifikasi administrasi AHASS. Seperti pernyataan dari bapak Muji berikut.

2. Diskripsi *Service Quality Attribute* dalam studi kasus manajemen bengkel AHASS Sekawan Motor.

a. *Physical facilities, process and procedures* (Fasilitas Fisik, Proses, dan Prosedur).

Bisnis yang bergerak jasa selain berfokus tentang layanannya perlu juga untuk memperhatikan fasilitas fisik yang disediakan untuk pelangganya. Berbagai fasilitas utama dan penunjangnya harus bengkel penuh untuk memperlancar kegiatan bisnisnya. Tidak cukup hanya fasilitas fisik, proses, dan prosedur harus dijadikan perhatian oleh pihak bengkel. Observasi yang dilakukan oleh peneliti ke bengkel AHASS Sekawan Motor menunjukkan bahwa telah ada beberapa fasilitas fisik yang telah disediakan oleh bengkel.

Bengkel AHASS Sekawan merupakan bengkel bertipe H123 yang berukuran besar. Bengkel dengan tipe ini dilengkapi juga dealer motor yang terletak disamping bangunan bengkel. Sangat penting bagi Bengkel AHASS Seekawan Motor untuk memperhatikan lokasi, dekorasi, dan ukuran dari bengkelnya. Berikut pernyataan Pak Aries tentang lokasi bengkel pada hari Kamis tanggal 22 Februari 2018 pada pukul 12.30 WIB.

“Lokasi kita di jantung kota mas, dekat dengan kampus, dekat dengan kantor-kantor, kantor dalam arti kantor pemerintahan kota, dan juga dekat dengan mall.”

Pak Aries menyambung pernyataan selanjutnya tentang ukuran dan dekorasi bengkel AHASS Sekawan motor pada hari Kamis 22 Februari 2018 pada pukul 12.40 WIB.

“Ukuran kita standard dan cukup dengan ekpetasi pelanggan,tempatnya juga cukup luas. Ukuran bengkel kami kurang lebih 20 m x 50 m. Untuk dekorasinya sendiri sudah

standard dari main dealer, dekorasinya sudah seperti ini dari awal.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas bengkel AHASS Sekawan Motor telah memiliki lokasi yang sangat strategis. Lokasi bengkel AHASS Sekawan motor terletak di jantung kota dan pusat keramaian membuat bengkel ini mudah dijangkau oleh pelanggan. Lokasi bengkel AHASS Sekawan Motor juga terletak di dekat jalan raya utama di Kota Malang.

Ukuran bengkel AHASS Sekawan motor tergolong besar. Bangunan bengkel ini memiliki luas yang mencapai 20 meter dengan panjang bangunan 50 meter. Bangunan seluas itu memang tidak hanya untuk bengkel, dua pertiga bangunan digunakan untuk keperluan dealer motor dan kantor administrasi dari perusahaan yang menaungi bengkel AHASS Sekawan Motor yaitu CV. Sekawan Mitra Abadi.

Dekorasi bengkel AHASS Sekawan Motor juga sudah standard. Untuk bengkel AHASS yang ada di Indonesia memang telah ditetapkan standarisasi untuk dekorasi bengkel. Bengkel AHASS Sekawan Motor juga tidak melakukan banyak perubahan dekorasi bengkel. Dari awal sampai hari ini bengkel AHASS Sekawan Motor memiliki dekorasi yang tetap sama.

Fasilitas fisik penunjang lain selain bangunan untuk servis kendaraan juga harus dipersiapkan oleh pihak bengkel AHASS Sekawan Motor untuk melayani pelanggannya. Fasilitas ini berupa ruang tunggu yang nyaman serta ditunjang berbagai fasilitas gratis yang ada di ruang tunggu. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Pak Aries selaku kepala bengkel

AHASS Sekawan Motor pada hari Kamis tanggal 22 Februari 2018 pada pukul 13.00 WIB.

“Pertama dari gedung kita luas, kedua tempat servis luas, ketiga ruang tunggu dengan fasilitas sofa, kursi standar, kantin, musholla.”

Pak Aries juga memberikan pernyataan lagi tentang fasilitas penunjang yang ada di ruang tunggu di bengkel AHASS Sekawan Motor pada hari Kamis tanggal 22 Februari 2018 pada pukul 13.10 WIB.

“Ada mas, tv, dan wifi juga ada. Kami juga menyediakan air mineral gelas free untuk pelanggan.”

Berdasarkan pernyataan di atas, bengkel AHASS Sekawan Motor juga sudah menyiapkan fasilitas baik. Ruang tunggu di bengkel memang sangat penting bagi pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan harus menunggu sekitar 1 jam ketika motor diservis oleh pihak bengkel. Bengkel AHASS juga sudah memberikan solusi untuk mengatasi rasa kebosanan dari pelanggan ketika menunggu motornya diservis dengan menyediakan ruang tunggu dengan kursi sofa, pendingin ruangan, TV, dan kantin yang ada di dalam ruang tunggu. Pelanggan juga bisa mengakses internet gratis menggunakan wifi yang *username* dan *passwordnya* bisa dilihat di dinding informasi di dalam ruang tunggu.

Alur proses pengerjaan servis di bengkel AHASS Sekawan Motor sudah sistematis. Alur ini juga merupakan alur yang telah ditentukan dari *main dealer* yaitu MPM Honda. Semua bengkel yang dengan *brand* AHASS wajib menggunakan alur yang sama juga. Hal ini sesuai dengan pernyataan Pak Aries pada hari Kamis tanggal 22 Februari 2018 pada pukul 13.20 WIB.

“Jadi mas alur prosesnya ada beberapa pertama konsumen datang service advisor (SA) langsung memberikan pelayanan dengan menyambut konsumen. Selanjutnya SA melakukan Pengecekan kendaraan. Lalu SA akan menginformasikan estimasi kerusakan dan harga. Jika pelanggan menyetujui perbaikan yang dilakukan dengan tanda tangan. Berikutnya pelanggan diarahkan ke ruang tunggu. Sepeda motor dikerjakan mekanik. Ketika sepeda motor selesai diservice langsung dicuci. Pelanggan dipanggil dan melakukan pembayaran dikasir. selanjutnya service advisor menyerahkan kunci. konsumen dan service advisor melakukan final check bersama. Setelah selesai motor bisa digunakan oleh pelanggan.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas tentang alur proses tersebut ada sembilan tahapan yang dilakukan pihak bengkel untuk melayani pelangganya. Mulai dari pelanggan datang, proses pengerjaan, dan sampai motor dicuci dan serahkan kembali motor ke pelanggan. Alur proses ini diterapkan oleh bengkel ini secara konsisten dan terus menerus. Hasil dari pengamatan peneliti juga melihat sendiri dengan jelas bahwa bengkel telah menarapkan alur tersebut.

Bengkel AHASS Sekawan Motor juga memiliki beberapa prosedur yang harus dijalankan oleh para pegawai dan mekaniknya. SOP (*standard operational procedure*) dalam bengkel AHASS Sekawan Motor ini hampir sama dengan SOP di bengkel AHASS yang lain. Hal ini dikarenakan dari pihak *main dealer* yaitu MPM sudah menstandarkan SOP untuk semua bengkel. Berikut adalah hasil wawancara dengan Pak Aries terkait dengan prosedur yang ada di bengkel pada hari kamis tanggal 22 Februari 2018 pada pukul 13.30 WIB.

“Hampir semua layanan kita di bengkel ini ada SOPnya, mulai dari SOP menangani pelanggan, seperti salam sapa. Lanjut, SOP tentang teknik servis, dan bahkan SOP pemasangan spare part pun juga ada”

Pak Aries juga memberikan pernyataan lagi tentang fasilitas penunjang yang ada di ruang tunggu di bengkel AHASS Sekawan Motor pada hari Kamis tanggal 22 Februari 2018 pada pukul 13.40 WIB.

“Kami melakukannya berdasarkan SOP, seperti kami memulainya dengan memberi senyuman ke konsumen, kemudian mengucapkan salam, lalu tak lupa juga kami menanyakan kabar. selanjutnya baru kondisi sepeda motor”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut bengkel AHASS Sekawan Motor telah memberikan arahan untuk setiap karyawannya untuk melakukan hal apa saja yang perlu dilakukan ketika melayani pelanggan sampai proses pengerjaan servis. Berdasarkan SOP juga, seluruh pegawai dan mekanik ini harus memakai seragam khusus dihari tertentu dan juga SOP tentang penggunaan peralatan untuk kegiatan servis di bengkel.

b. *People's Behaviour and Conviviality* (Tingkah Laku dan Keramahan Orang).

Bengkel AHASS Sekawan Motor dalam menjalankan bisnisnya selain menyediakan berbagai fasilitas fisik yang menunjang kebutuhan pelanggan juga memperhatikan tingkah laku dan keramahannya terhadap pelanggan. Berdasarkan *service quality attributes* dari model Haywood-Farmer bagian kedua yang perlu diperhatikan adalah keramahan dan tingkah laku dari pegawai perusahaan atau penyedia jasa. Hal ini termasuk juga cara penyedia jasa dalam berkomunikasi dengan pelanggannya.

Bengkel AHASS Sekawan Motor juga telah melakukan berbagai program untuk menunjang kegiatan bengkelnya. Komunikasi dengan pelanggan menjadi hal yang sangat diperhatikan dalam bagian kedua ini. Berikut hasil dari

wawancara dengan Pak Aries tentang cara berkomunikasi bengkel dengan pelanggan pada hari Kamis tanggal 22 Februari 2018 pada pukul 13.50 WIB.

“Kami melakukannya berdasarkan SOP, seperti kami memulainya dengan memberi senyuman ke konsumen, kemudian mengucapkan salam, lalu tak lupa juga kami menayakan kabar. selanjutnya baru kondisi sepeda motor.”

Berdasarkan hasil wawancara di atas bengkel AHASS Sekawan Motor memiliki pola dalam berkomunikasi dengan pelanggan. Komunikasi yang dilakukan dengan pelanggan semua dilakukan berdasarkan oleh SOP yang sudah ada di bengkel. Sehingga pegawai dan mekanik bengkel AHASS Sekawan Motor cara berkomunikasi dengan pelanggan memiliki pola yang sama. Hal ini memang terjadi di bengkel AHASS yang lainnya karena ada standarisasi yang dilakukan oleh *main dealer* ke AHASS secara keseluruhan.

Selanjutnya dalam bagian ini bengkel AHASS Sekawan Motor juga melengkapi para pegawainya dengan atribut atau seragam khusus yang digunakan oleh seluruh karyawan. Pemakaiannya juga ada aturannya. Seragam tertentu akan digunakan pada saat tertentu pula. Sesuai apa yang menjadi peraturan yang ada dalam bengkel. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan Pak Aries pada hari Kamis tanggal 22 Februari 2018 pada pukul 14.00 WIB.

“Ada seragam khusus untuk mekanik, ada seragam khusus untuk SA dan kasir, bahkan pegawai gudang ada seragamnya”

Berdasarkan wawancara di atas untuk setiap pegawai dan mekanik memiliki seragam khusus yang dipakai saat berkegiatan di bengkel. Berdasarkan observasi peneliti ketika mengunjungi bengkel para pegawai dan mekanik dalam bengkel AHASS Sekawan Motor disiplin menggunakan seragam yang telah

ditentukan. Ketika itu tidak ada satu pun yang tidak menggunakan seragam yang telah ditentukan.

Penyedia jasa seperti bengkel juga tak lepas dari keluhan dari pelanggan. Keluhan biasanya diutarakan oleh pelanggan ketika sebelum motornya diservis. Pelanggan juga akan menyampaikan keluhannya kembali ke pihak bengkel, jika hasil servis yang dilakukan bengkel tidak sesuai dengan ekpetasi. Berikut adalah hasil wawancara dengan pada hari kamis tanggal 22 Februari 2018 pada pukul 14.10 WIB.

“Pertama yang kami lakukan adalah mendengarkan konsumen, kemudian mencerna keluhannya, setelah itu kasih tindakan, seperti mengetest dan mengecek , dan terakhir kita kasih solusi dan perbaikan”

AHASS Sekawan Motor telah memiliki pola atau cara untuk mengatasi keluhan pelanggannya. Pola ini sudah diterapkan di bengkel. Dengan cara seperti ini permasalahan pelanggan dapat tertangani dengan cepat. Penanganan keluhan dari pelanggan sendiri biasanya langsung ditangani oleh kepala bengkel atau bagian SA (*service advisor*). Kemudian bagian terakhir ketika permasalahan ditemukan maka akan langsung ditangani oleh mekanik.

c. *Profesional Judgement* (Penilaian Profesional)

Bagian ketiga dalam *service quality attribute* adalah tentang *profesional judgement* atau penilaian profesional. Bagian yang ketiga ini faktor yang menentukan adalah hasil dari pengerjaan yang dilakukan oleh pihak penyedia jasa. Kemampuan pihak penyedia jasa untuk menyelesaikan setiap permasalahan pelanggan adalah faktor utama. Dalam usaha bengkel ini yang menjadi faktor utama menentukan hasil adalah *skill* dari mekanik.

Bengkel AHASS Sekawan Motor juga telah mempertahankan dan meningkatkan kualitas hasil pengerjaan servisnya melalui sertifikasi skill mekaniknya. Seluru mekanik dalam bengkel AHASS Sekawan Motor telah memiliki sertifikasi untuk mekanik profesional. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan pak Aries. pada hari kamis tanggal 22 Februari 2018 pada pukul 14.20 WIB.

“Untuk mekanik kami tidak asal ambil. Kami memiliki beberapa kriteria, seperti calon mekanik tersebut lulusan SMK otomotif, memiliki minat dibidang mesin, umur relatif muda, pernah magang di bengkel atau pernah ikut khursus atau pelatihan servis motor. Ada test untuk pegawai, sebelum menjadi mekanik dibengkel kami. Mekanik baru yang baru masuk kerja, kami berikan pendampingan selama 6 bulan. Setelah, 6 bulan dan dirasa cukup mahir, maka kami sudah tidak mendampingi lagi. Mekanik kami juga mendapatkan pelatihan dari Dealer Utama yaitu MPM Motor. Sertifikat pelatihan pun berjenjang, mulai dari TL (Tittle Level 1 – Tittle Level 3). TL 1 untuk mekanik yang kurang dari 1 tahun, untuk TL 2 untuk mekanik yang sudah bekerja 1-2 tahun, dan TL 3 unutm mekanik yang sudah bekerja lebih dari 2 tahun.”

Berdasarkan wawancara diatas pihak AHASS Sekawan Motor selektif dalam memilih mekanik. Bengkel AHASS Sekawan motor memiliki beberapa kriteria khusus dalam melakukan penambahan jumlah mekanik baru. Kualitas dari mekanik juga terus dijaga dengan mengadakan sertifikasi untuk para mekanik. Setiap mekanik yang ada di bengkel AHASS Sekawan Motor dalam waktu tertentu pula aka diikutkan peatihan yang diadakan *main dealer* MPM Motor.

3. Diskripsi *Service Quality Attribute* dalam studi kasus pelanggan bengkel AHASS Putra Jaya.

a. *Physical facilities, process and procedures* (Fasilitas Fisik, Proses, dan Prosedur).

Bagian *service quality attribure* yang pertama yaitu fasilitas fisik, proses, dan prosedur. Menyediakan fasilitas fisik yang menunjang kegiatan bengkel juga menjadi hal yang diperhatikan bengkel. Bengkel AHASS Putra Jaya menyediakan fasilitas fisik bertujuan membuat pelanggan nyaman di bengkel. Fasilitas yang disediakan oleh bengkel AHASS Putra Jaya sudah tergolong lengkap dan cukup baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari pelanggannya yaitu Puput pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 12.30 WIB.

“Sejauh ini cukup baik, alat-alatnya masih berfungsi dg baik, alat pengisap kenalpot masih berfungsi. Dan nggak bau bengkel. Pas di ruang tunggu juga tidak berbau bengkel”

Pernyataan tentang fasilitas fisik selanjutnya dari saudara Fita yang memberika pendapatnya yang berkaitan dengan ruang tunggu di bengkel pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 15.30 WIB.

“Kalau ruang tunggunya kan, karna aku sering ke AHASS lain, ruangg tunggu disini lebih banyak dari pada yang lama, ada tiga baris kursi disana”

Berbeda halnya dengan pendapat saudara Akmal tentang ruang tunggu bengkel pada hari selasa 27 maret 2018 pada pukul 16.00 WIB.

“Menurutku ruang tungguannya terlalu sempit, kebetulan badanku kan tinggi apalagi kalau duduk dibangku baris kedua terlalu sempit. Itu untuk yang ruang tunggu. Untuk fasilitas lainnya aku rasa sudah cukup baik dan nggak ada masalah”

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti, fasilitas fisik pada bengkel AHASS Putra Jaya dapat perhatian yang berbeda dari ketiga narasumber. Ketiga narasumber tersebut memberikan pendapatnya tentang ruang tunggu yang ada di bengkel. Dua dari tiga narasumber punya kesan yang positif dengan fasilitas fisik yang ada di bengkel. Sedangkan hanya ada satu narasumber yang memiliki pendapat yang negatif tentang fasilitas fisik bengkel. Dari dua pernyataan yang memberikan pendapat positif membuktikan bahwa bengkel AHASS Sekawan Motor telah memberikan fasilitas yang terbaik untuk pelanggannya.

Alur proses pengerjaan motor juga menjadi perhatian khusus bagi pelanggan. Setelah fasilitas fisik terpenuhi dengan baik maka pelanggan mengharapkan proses servis yang ada di bengkel dapat berjalan dengan baik dan lancar. Bengkel AHASS Putra Jaya telah memberika alur prosedur bagi pelanggan yang sistematis. Alur tersebut diciptakan agar proses pengerjaan servis motor berjalan lancar dan cepat. Tiga narasumber yang diwawancarai peneliti tentang proses alur servis yang ada di bengkel. Berikut adalah pernyataan dari saudari Puput tentang alur proses servis pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 12.40 WIB.

“Oh itu, jadi waktu itu aku datang ditanya nama, nomer telepon, terus cerita keluhan , tinggal tunggu, nanti dia konfrimasi mau ganti ini atau itu”

Pernyataan tentang alur servis selanjutnya oleh saudari Fita pada hari selasa 27 maret 2018 pada pukul 15.30 WIB.

“Kalau alur servisnya bagus banget, dateng kita tuh langsung didatangi , dikasih nomer antrian dan ditanyai. Langsung *gercep* (gerak cepat). Dibanding yang lain bengkel ini lebih bagus. Kita nggak usah lapor ke kasir. Meskipun posisi ramai. Petugasnya

nyamperin gitu. Dan dia nggak *miss*, kayaknya ada orang yg khusus menangani ini. Kita langsung ditanya tentang kerusakan motor apa aja yang mana. Terakhir kita dikasih nomer antrian”

Pernyataan saudari Fita diperkuat oleh saudar Akmal tentang alur proses servis bengkel pada hari selasa 27 maret 2018 pada pukul 16.10 WIB.

“Biasanya aku datang pagi, sekitar jam 9. Biasanya pakai aplikasi booking. Kadang kalau terpaksa harus antri saya tinggal ke warung depan. Secara keseluruhan prosesnya nggak ribet kok, aman dan lancar”

Berdasarkan wawancara peneliti dengan ketiga narasumber, mereka tidak merasa ada kesulitan dalam alur proses servis yang selama ini dijalankan oleh bengkel. Ketiga narasumber berpendapat selama ini alur servis berjalan dengan baik. Setiap pelanggan yang datang dibengkel AHASS Putra Jaya ini langsung didatangi oleh petugas servis. Pihak bengkel bergerak cepat agar para pelanggannya tidak biarkan menunggu terlalu lama.

Prosedur memang harus disiapkan oleh pihak penyedia jasa dalam menjalankan bisnisnya. Tujuannya agar proses bisnis didalam perusahaanya dapat berjalan dengan baik dan lancar. Pelanggan akan memberikan respon yang berbeda-beda terhadap prosedur yang dilaksanakan oleh bengkel. Pelanggan akan berpendapat positif jika prosedurnya dapat dijalankan dengan baik sesuai dengan ekspektasi pelanggan dan sebaliknya. Hal ini seperti pernyataan yang dikemukakan oleh saudari Puput hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 12.50 WIB.

“hmm, menurutku prosedur seperti alur servis tadi kayaknya sudah dijalankan dengan baik. Semua kayaknya sudah sesuai standar atau polanya”

Hal senada juga disampaikan oleh saudari Fita pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 15.50 WIB.

“oke, kalau dilihat dari gerak cepatnya bengkel pas aku lagi datang bisa dinilai kalau bengkel ini sudah menjalankan prosedurnya. Dan dihal yang lain kayaknysa sudah dijalankan oleh bengkel berdasarkan prosedur”

Pernyataan saudara Akmal sedikit berbeda dengan narasumber sebelumnya pada hari selasa 27 maret 2018 pada pukul 16.20 WIB.

“Baik, bisa dilihat dari semua pegawai bengkel memakai seragam khusus dan rapi. Tempat juga selalu bersih terus. Pegawai yang menyambut kita diawal ketika menanyakan tentang keadaan motor kita, aku pikir pertanyaannya sudah sesuai prosedur, pertanyaan yang ke pelanggan yang lain juga sama semua”

Berdasarkan wawancara peneliti dengan ketiga narasumber diatas dapat diketahui bengkel AHASS Putra Jaya sudah menjalankan prosedur dengan baik. Penerapan prosedur yang baik akan memberikan dampak ke pada pelanggan.

b. *People's Behaviour and Conviviality* (Tingkah Laku dan Keramahan)

Bisnis yang bergerak dibidang jasa selain memperhatikan faktor fasilitas fisik juga harus memperhatikan tingkah laku para pegawainya yang bertugas melayani konsumen. Tingkah laku dan keramahan ini menjadi dimenasi keuda dari *service quality attribute* Haywood-Farmer. Hal ini termasuk cara komunikasi bengkel terhadap pelanggannya.

Berkomunikasi dengan pelanggan bagi bengkel bukan hal yang mudah. Jika bengkel dapat berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik maka pelanggan pun akan memberi respon yang positif kepada bengkel dan jika bengkel gagal menciptakan komunikasi yang baik justru respon negatif yang akan keluar dari pelanggan. Bengkel harus bisa menyampaikan komunikasi secara efektif dan jelas ke pelanggan, mengingat bisnis bengkel merupakan

bisnis jasa. Seperti pernyataan dari saudari saudari Puput pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 13.00 WIB.

“Cara komunikasi baik, tidak memaksa, dan bisa kasih alasan kenapa diganti dan kenapa tidak, untuk cewe sih cukup informatif, selain itu kita juga dikasih tau caranya biar awet. Kalau tidak puass, kalau masnya tidak informatif, jelaskan seadanya , nggak kasih tips untuk jaga biar awet”

Pernyataan dari saudari Puput diperkuat oleh saudari Fita pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 16.00 WIB.

“Dia bagus selalu kasih informasi tentang kondisi motor, kalo mau ada ganti spare part mereka kasih tau, problemnya apa, dikasih tau kalo ganti ini begini, dikasih liat. kampak, kita yang gak tau tentang motor itu jadi mengerti. Kalo mbak mau ganti nanti begini begini , kalo nggak begini begini.”

Hal serupa juga diungkapkan saudara Akmal pada hari selasa 27 maret 2018 pada pukul 16.30 WIB.

“Komunikasi dengan mekanik bagus, kalau ada sesuatu yang diganti (spare part) pasti langsung diberi tau, dan bisa menjelaskan mana yang rusak. Mekanik juga menjelaskan biayanya berapa jika ada pergantian. Untuk kasirnya kurang respon baik, dulu pernah coba layanan booking servisnya pakai aplikasi olride karena waktu pengguna booking pernah pesanan booking saya yang pertama tidak dikonfirmasi sehingga kemarin tidak bisa booking untuk kedua kalinya”

Berdasarkan hasil wawancara diatas transparansi terhadap pelanggan memang harus dilakukan. Transparansi ini seperti kerusakan apa saja yang ada di motor pelanggan dan biaya berapa yang harus dibayar. Dalam hal ini bengkel harus berusaha untuk mengkomunikasikan semua dengan jujur. Bengkel juga memberikan akses bebas kepada pelanggan untuk bisa berkomunikasi dengan mekanik. Pelanggan akan bisa mudah bertanya tentang kondisi motornya. Komunikasi yang baik akan menciptakan hubungan yang baik antara kedua belah pihak.

c. *Professional Judgement (Penilaian Profesional)*

Bagian ketiga dari *service quality attribute* model Haywood-Farmer yang ketiga adalah penilaian profesional. Dalam bagian ini pelanggan akan memberi penilaian terhadap bengkel melalui hasil servis. Keahlian mekanik dalam memperbaiki motor pelanggan akan menjadi hal penting. Seperti pernyataan dari saudari Puput tentang hasil servis dari bengkel AHASS Putra Jaya pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 13.10 WIB.

“Lumayan, selama ini cuman ganti oli dan service berkala. Nggak sampai kesana tambah rusak. Selama aku pakai nggak ada kendala lagi”

Berbeda dengan pernyataan sadari Fita tentang hasil servis dari bengkel AHASS Putra Jaya pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 16.10 WIB.

“*Honestly*, kalau dari pada service yang sebelumnya tarikan lebih enak sebelumnya, entah karna mekaniknya beda atau gmana. Tapi tarikannya lebih berat dari sebelumnya, sempat kemrin diganti kampasnya, tapi permasalahannya tetap sama, remku masih bunyi. Tapi bagusnya mereka kasih garansi satu minggu. Tapi seminggu aku gak bisa kesana karena harus balik ke surabaya. Aku menyangkan sih hasilnya masih buruk.”

Pernyataan selanjutnya dari saudara Akmal tentang hasil servis bengkel AHASS Putra Jaya pada hari selasa 27 maret 2018 pada pukul 16.40 WIB.

“Bagus, yang bikin senang setelah diservis dicuci. Pernah suatu waktu karena terburu-buru kadang minta tidak dicuci. Tapi secara keseluruhan sudah bagus, tidak ada masalah lagi setelah selesai servis”

Berdasarkan pernyataan wawancara diatas hasil servis bengkel AHASS Putra Jaya hanya satu narasumber yang kecewa dengan hasil servis. Kekecewaan saudari Fita disebabkan permasalahan yang ada di motornya tidak terselesaikan dengan baik. Bengkel AHASS Putra Jaya juga memberikan garansi servis untuk

selama satu minggu. Namun karena kesibukan saudara Fita pun tidak sempat untuk motornya lagi.

Lain halnya dengan dua narasumber lain. Saudara Akmal dan Saudara Puput merasakan hasil yang positif dari pengerjaan mekanik dari bengkel AHASS Putra Jaya. Permasalahan motor mereka terselesaikan dengan baik oleh pihak bengkel. Saudara Akmal merasa senang juga ketika selesai servis motor langsung dicuci oleh pihak bengkel. Dari hasil wawancara ketiga narasumber diatas tentang hasil servis bengkel AHASS Putra Jaya bisa dikatakan bagus.

4. Diskripsi *Service Quality Attribute* dalam studi kasus pelanggan bengkel AHASS Sekawan Motor.

a. *Physical facilities, process and procedures* (Fasilitas Fisik, Proses, dan Prosedur).

Fasilitas fisik, proses, dan prosedur menjadi bagian *service quality attribute* yang pertama dalam model *service quality* Haywood-Farmer. Menyediakan fasilitas fisik yang menunjang kegiatan bengkel juga menjadi hal yang diperhatikan bengkel. Bengkel AHASS Sekawan Motor menyediakan fasilitas fisik bertujuan membuat pelanggan nyaman di bengkel. Fasilitas yang disediakan oleh bengkel AHASS Sekawan Motor sudah tergolong lengkap dan cukup baik. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari pelanggannya yaitu saudara Harits pada hari senin 26 maret 2018 pada pukul 10.15 WIB.

“Mulai depan resepsionis sudah bagus, penempatannya sudah tepat di depan sana. Ruang tunggu juga nyaman dengan fasilitas fisik seperti tv, minuman, wifi, dan lain-lain sudah bikin nyaman”

Penyataan tentang fasilitas fisik selanjutnya dari saudara Aziz yang memberika pendapatnya yang berkaitan dengan ruang tunggu di bengkel pada hari senin 26 maret 2018 pada pukul 12.00 WIB.

“menurut saya baik, enak, tempat ruang tungguanya banyak fasilitas, ada TV, wifi, ada kantin. Pokoknya bengkel ini ruang tungguanya beda dari yang lain”

Hal serupa dengan pernyataan saudara Rafif tentang ruang tunggu bengkel pada hari senin 26 maret 2018 pada pukul 13.45 WIB.

“khususnya bengkel ini ya, rating 1 sampai 10 , bengkel ini 8,5. Belum tentu di AHASS yang lainnya seperti ini. Waiting roomnya bagus, fasilitasnya bagus, juga disediakan kantin untuk beli makanan dan minuman. Untuk dekorasi bengkel ini sudah bagus, ratingnya mungkin 9 dari 10”

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti, fasilitas fisik pada bengkel AHASS Sekawan Motor dapat mendapatkan respon yang positif dari para narasumber. Ketiga narasumber tersebut memberikan pendapatnya tentang ruang tunggu yang ada di bengkel. Ketiga informan menilai bengkel ini memiliki ruang tunggu yang lengkap dari pada yang lain. Menurut pendapat saudara Harits dan Aziz bengkel ini juga dilengkapi wifi. Bengkel sendiri melengkapi fasilitas ruang tungguanya dengan wifi gratis agar bisa mengusir kebosanan para pelanggannya.

Pelanggan selain memperhatikan fasilitas fisik juga memperhatikan alur proses pengerjaan motor. Pelanggan selalu mengharapkan alur proses servis berjalan dengan baik dan lancar. Sama halnya dengan AHASS yang lain, bengkel AHASS Sekawan motor juga telah memberikan alur yang sistematis. Mulai dari pelanggan datang sampai penyerahan motor kembali

ke pelanggan. Seperti pernyataan dari saudara Harits tentang alur proses servis pada hari senin 26 maret 2018 pada pukul 10.20 WIB.

“Cukup bagus mas, waktu datang di bengkel langsung disambut petugas, CS, langsung didata lengkap mulai data pribadi sampai keluhan kerusakan. Setelah selesai langsung menuju ruang tunggu. Nanti mekanik juga akan menghubungi jika ada pergantian spare part. Akan ditanyakan juga untuk ketersediaan ganti spare part. Habis itu proses servis. Kalau sudah dipanggil, bayar, terus pulang.”

Pernyataan tentang alur servis selanjutnya oleh saudara Aziz pada hari senin 26 maret 2018 pada pukul 12.05 WIB.

“Di bengkel ini alurnya sederhana, juga termasuk cepat. Ohya yang bagus waktu datang saya langsung dilayani.”

Pernyataan saudara Rafif tentang alur proses servis bengkel pada hari senin 26 maret 2018 pada pukul 13.50 WIB.

“sistematis sih, AHASS secara keseluruhan juga sama seperti ini. Sistematisnya bagus kok”

Berdasarkan wawancara peneliti dengan ketiga narasumber, mereka tidak merasa ada kesulitan dalam alur proses servis yang selama ini dijalankan oleh bengkel. Ketiga narasumber berpendapat selama ini alur servis berjalan dengan baik. Setiap pelanggan yang datang dibengkel AHASS Sekawan Motor ini langsung didatangi oleh petugas servis. Pihak bengkel bergerak cepat agar para pelanggannya tidak biarkan menunggu terlalu lama.

Penyedia jasa dalam menjalankan bisnisnya harus menyiapkan prosedur. Tujuannya agar proses bisnis didalam perusahaanya dapat berjalan dengan baik dan lancar. Pelanggan akan memberikan respon yang berbeda-beda terhadap prosedur yang dilaksanakan oleh bengkel. Prosedur yang dijalankan dengan pihak bengkel dengan baik akan mendapat tanggapan yang positif dari

pelanggan dan begitu juga sebaliknya. Hal ini seperti pernyataan yang dikemukakan oleh saudara harits hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 10.35 WIB.

“sejauh saya liat sih mereka sudah sesuadi prosedur mas. Cara melayani dari pertama kali dulu servis sampai sekarang tetap sama kok”

Hal senada juga disampaikan oleh saudara Aziz pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 12.15 WIB.

“menurut saya sudah sih mas. Dari alur proses servisnya sudah teratur. Pegawainya sudah rapi pakai seragam.”

Pernyataan selanjutnya dari saudara Rafif pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 13.55 WIB.

“sudah sih mas, semua berjalan sistematis. Sepertinya sudah ada aturannya semua. Cara menyambut pelanggan dan hampir semua hal.”

Berdasarkan wawancara peneliti dengan ketiga narasumber diatas dapat diketahui bengkel AHASS Sekawan Motor sudah menjalankan semua dengan prosedur yang baik. Saudara Rafif mengatakan bahwa bengkel AHASS Sekawan Motor sudah melakukan kegiatan bisnisnya secara sistematis. Sedangkan saudara Aziz menilai bahwa bengkel AHASS Sekawan Motor sudah teratur dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Sedangkan harits menjelaskan bahwa prosedurnya dijalankan secara konsisten terbukti ketika dua kali servis kebengkel prosesnya pun tidak ada yang berubah.

b. *People's Behaviour and Conviviality* (Tingkah Laku dan Keramahan)

Tingkah laku serta sikap yang ramah merupakan fakrot yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis di bidang jasa. Tingkah laku dan keramahan ini menjadi dimenasi kedua dari *service quality attribute* Haywood-Farmer.

Bagian ini juga memperhatikan bagaimana cara bengkel berkomunikasi dengan pelanggannya.

Tidak semua bengkel dapat dengan mudah berkomunikasi dengan pelanggannya. Jika bengkel dapat berkomunikasi dengan pelanggan dengan baik maka pelanggan pun akan memberi respon yang positif kepada bengkel dan jika bengkel gagal menciptakan komunikasi yang baik justru respon negatif yang akan keluar dari pelanggan. Bengkel harus bisa menyampaikan komunikasi secara efektif dan jelas ke pelanggan, mengingat bisnis bengkel merupakan bisnis jasa. Seperti pernyataan dari saudara Harits pada hari Selasa 26 Maret 2018 pada pukul 10.45 WIB.

“sudah bagus, pertama datang sudah menyapa terus menanyakan keluhan. Waktu pengerjaan servis kalau ada apa-apa selalu konfirmasi untuk spare part apa aja yang akan diganti dan dijelaskan detail biayanya.”

Pernyataan dari saudara Aziz pada hari Selasa 26 Maret 2018 pada pukul 12.35 WIB.

“Orangnya baik, akrab juga, rama dan baik.”

Hal serupa juga diungkapkan saudara Rafif pada hari Selasa 26 Maret 2018 pada pukul 14.05 WIB.

“Baik ratingnya 8 dari 10, cara penyampaiannya dan komunikasi bengkel ini cukup bagus kok. Bengkel ini juga informatif”

Berdasarkan hasil wawancara di atas menurut saudara Harits memberikan keterangan bahwa selama melakukan servis di bengkel AHASS Sekawan Motor pihak bengkel selalu meminta konfirmasi terlebih dahulu sebelum melakukan pergantian spare part. Konfirmasi pergantian spare part memang penting bagi bengkel karena hal ini dapat meminimalkan kekecewaan pelanggan. Lain halnya

dengan saudara Aziz yang tidak terlalu berpendapat panjang. Dia berpendapat sejauh ini cara komunikasi bengkel sudah bagus.

Pendapat lain yang disampaikan oleh saudara Rafif tidak bertentangan dengan informan pertama dan kedua. Saudara Rafif menjelaskan bahwa bengkel selama ini cukup bagus dan informatif. Saudara Rafif juga memberi penilaian pada bengkel AHASS Sekawa Motor yaitu 8 dari 10. Komunikasi tetap tidak boleh menjadi hal yang sepele oleh pihak bengkel sebab komunikasi juga menjadi salah satu awal menciptakan hubungan baik dengan pelanggan.

c. *Professional Judgement* (Penilaian Profesional)

Penilaian profesional menjadi bagian ketiga dari *service quality attribute* model Haywood-Farmer. Dalam bagian ini pelanggan akan memberi penilaian terhadap bengkel melalui hasil servis. Keahlian mekanik dalam memperbaiki motor pelanggan akan menjadi hal penting bagi pelanggan. Seperti pernyataan dari saudara Harits pada hari Selasa 26 Maret 2018 pada pukul 10.50 WIB.

“Cukup memuaskan. Keluhan teratasi. Jadi tidak ada lagi kendala di motor mas”

Pernyataan saudara Harits tentang hasil servis dari bengkel AHASS Sekawan Motor diperkuat oleh pernyataan Saudara Aziz pada hari Selasa 26 Maret 2018 pada pukul 12.45 WIB.

“Baik, motor jadi enak, pemakaian juga puas. Waktu itu ada kendala bunyi di motor waktu dibawah ke bengkel hilang”

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh saudara Rafif pada hari Selasa 26 Maret 2018 pada pukul 14.15 WIB.

“Hasilnya bagus juga, rating 8 dari 10. kemungkinan ada beberapa yang gk bisa mereka lakukan, seperti misal nanti mekanik melakukan pekerjaan yang nggak bisa, maka mekanik menyarankan untuk ke bengkel rekomendasi lainnya. Ini juga

bagus, sehingga konsumn merasa transpara serta memiliki banyak pilihan”

Berdasarkan pernyataan wawancara diatas hasil servis bengkel AHASS Sekawan Motor. Ketiga informan berpendapat bahwa hasil servis sudah bagus. Saudara Aziz memceritakan bahwa permasalahan bunyi yang ada di motornya dapat terselesaikan dengan baik oleh pihak bengkel. Sedangkkn saudara Rafif memberikan pendapat yang cukup panjang tentang hasil servis bengkel. Saudara Rafif menyadari bahwa ada hal-hal tertentu yang tidak bisa diperbaiki oleh pihak bengkel AHASS Sekawan Motor. Akan tetapi bengkel akan memberikan rekomendasi bengkel tertentu untuk memperbaiki permasalahan pelanggan. Hal ini menurut saudara Rafif cukup bagus karena pelanggan akan memiliki banyak pilihan.

5. Deskripsi kepuasan dan ketidak puasan pelanggan terhadap implementasi *service quality* oleh pihak manajemen bengkel AHASS Putra Jaya.

a. Kepuasan dan ketidak puasan Pelanggan terhadap fasilitas fisik.

Sebagai penikmat jasa dari pihak bengkel. Pelanggan berhak memberikan penilai terhadap kinerja bengkel dalam memberikan pelayanan jasa. Pinilaian ini berdasarkan hal apa saja membuat pelanggan senang terhadap fasilitas fisik yang disediakan bengkel. Pelanggan juga memberikakn penilaian terhadap fasilitas fisik apa yang membuat mereka tidak puas. Seperti pernyataan dari saudari Puput tentang kepuasan dan ketidak puasaan terhadap fasilitas fisik bengkel AHASS Putra Jaya pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 13.20 WIB.

“Kalau puas itu fasilitas fisik secara umum baik, ruang tunggu nyaman, dan nggak kotor, dan bangku berfungsi dengan baik. Ohya alur prosesnya juga lancar dan semua pegawai menjalankan

prosedurnya dengan baik. Kalau nggak puas itu secara fisik, jika alat sedot di knalpot tidak berfungsi dengan baik, maka baunya bisa ke baju. Terus nggak puas juga kalau alur servisnya lambat dan pegawainya asal-asalan tidak sesuai prosedur”

Pernyataan kedua dari saudari Fita pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 16.20 WIB.

“Kalau yang ruang tunggu yg bikin puas itu tempat duduknya memadai, yang bisa mngcover banyak pengunjung. Sehingga pas ngrantri tidak ada yang berdiri. Proses servisnya sih harus cepat nggak berbelit dan pegawainya rapi, ngerjakan sesuai prosedur. Untuk yang tidak puas itu jarak antara bengkel dan ruang tunggu, jadi ini kan ruang tunggu nah didepan kita itu langsung liat bengkel. Hadap motor. Untungnya ada alat yang untuk knalpot ada selang yang asapnya nggak kena kita. Menurutku terlalu dekat dan kotor. Kurang nyaman kalau menghadap ke motor. Dan kalau nggak puas lagi misal alur proses di bengkel lambat, pelanggan tidak dibiarkan terlantung-lantung, dan pegawainya kerja asal-asalan tanpa prosedur”

Pernyataan ketiga dari saudara Akmal pada hari selasa 27 maret 2018 pada pukul 16.50 WIB.

“untuk hal puas di fasilitas fisik, menurutku tempat tunggu jangan disamping ruang *workshop* (ruang bengkel), bising dan kadang bisa bau asap. Bebas bau bengkel dan tempat duduk luas nyaman. Untuk alur prosesnya cepat dan pegawainya menjalankan sesuai prosedur yang benar. Kalau tidak puas kebalikan dari tadi tempat duduk semping bengkel, ruangan dekorasi terlihat penuh, motor penuh sehingga tidak ada tempat parkir, alur prosesnya panjang dan ribet. Dan pegawainya jalankan tugasnya tidak sesuai standard atau SOP mereka”

Berdasarkan pernyataan ketiga informan diatas hal pertama yang diberikan penilaian kepuasan oleh pelanggan adalah ruang tunggu. Saudara puput merasa puas jika ruang tunggu pada bengkel nyaman dan bersih. Sedangkan menurut saudari Fita ruang tunggu juga harus memiliki kursi yang cukup untuk menampung semua pelanggan. Lain halnya dengan Akmal yang

merasa puas dengan ruang tunggu bengkel karna lokasinya tidak terlalu dekat dengan ruang *workshop*.

Ketiga informan diatas juga memberikan tentang ketidak puasannya terhadap fasilitas fisik. Meskipun tidak ada yang membuat mereka tidak puas dengan fasilitas fisik bengkel AHASS Putra Jaya saat ini. Namun, Ketiga informan memiliki pendapat tersendiri tentang hal apa saja yang akan membuat mereka tidak puas dengan fasilitas fisik bengkel. Seperti pernyataan saudari Puput yang tidak puas jika alat penyedot asap dari kendaraan tidak berfungsi dengan baik. Suadari Fita juga memberikan pendapat ketidak puasannya terhadap fasilitas fisik bengkel jika ruang tunggu terlalu dekat dan tidak ada penyedot asap kendaraan. Saudara Akmal juga menambahkan tentang ketidak puasannya jika dekorasi ruangan bengkel terlihat penuh dan juga parkir yang terbatas.

Alur proses yang diharapkan oleh ketiga informan juga hampir sama yaitu alur proses yang lancar sekaligus cepat. Alur proses ini mulai pelanggan datang ke bengkel sampai motor diserahkan ke pelanggan. Memang alur proses yang baik adalah alur proses yang jelas. Pihak bengkel telah menyiapkan langkah-langkah apa yang harus dilakukan sampai motor selesai dan diserahkan ke pelanggan. Sedangkan alur proses yang membuat pelanggan tidak puas adalah alur yang berbelit dan panjang.

Ketiga informan juga memberikan pendapat tentang prosedur yang ada di bengkel. Pelanggan akan merasa puas jika pelayanan yang ada di bengkel sesuai dengan prosedur. Pegawai dan semua pihak internal bengkel juga diharapkan untuk menjalankan semua kegiatannya sesuai prosedur.

Pelanggan akan kecewa dan merasa tidak puas jika pegawai bengkel asal-asal dalam melayani pelanggan.

b. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap tingkah laku dan keramahan.

Tingkah laku pegawai dan seluruh pihak internal bengkel menjadi salah satu indikator yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini komunikasi bengkel dengan pelanggan akan menjadi acuan bagi pelanggan untuk melakukan penilaian yang berkaitan dengan kepuasan dan ketidakpuasan yang pelanggan alami. Seperti pernyataan dari Puput pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 13.30 WIB.

“Cara komunikasi baik, tidak memaksa, dan bisa kasih alasan kenapa diganti dan kenapa tidak, untuk cewek sih cukup informatif, selain itu kita juga dikasih tau caranya biar awet. Kalau tidak puas, kalau masnya tidak informatif, jelaskan seadanya, nggak kasih tips untuk jaga biar awet”

Pernyataan selanjutnya datang dari saudari Fita mengenai cara komunikasi bengkel AHASS Putra Jaya pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 16.30 WIB.

“Puas itu, karna dia tanggap, terus apapun yang akan ganti atau *big deals* dia selalu mengkomunikasikan dengan konsumen dengan baik. Tanggap dan komunikasikan dengan konsumen baik, dan nggak asal ganti. Apa ya tidak puas, kalau rama itu wajar ya. Ohya ini karna nggak mungkin semua orang ngerti tentang motor, tapi mereka menjelaskannya dengan bahasa bengkel maka saya sebagai konsumen bingung, kyak kmrin tentang kampas primer, kan saya nggak tau, bisa juga menjelaskan kalo kampas primer itu begini begini untuk ini ini dan ini”

Pernyataan selanjutnya oleh saudara Akmal pada hari Selasa 27 maret 2018 pada pukul 17.00 WIB.

“Puas, jika mereka melayani dengan baik, menjelaskan detail setiap kerusakan motor lalu mengkomunikasikannya ke konsumen dengan sangat jelas dan tak sekedar asal menyampaikan. Tidak puas, karna pernah kejadian yang merugikan akibat kurang terorganisir dan telitinya pihak bengkel, waktu itu buku servis saya tertukar dengan orang lain. Untungnya belum sampai kebawah ke rumah”

Berdasarkan keterangan ketiga informan diatas pihak bengkel AHASS Putra Jaya tergolong informatif. Setiap akan pergantian *spare part* motor pelanggan maka akan diinformasikan terlebih dahulu ke pelanggan. Sehingga tercipta transparansi pada bengkel. Hal ini baik karena dapat membuat pelanggan dan merasa puas. Pelanggan juga memberikan tanggapan tentang hal apa saja yang akan membuat mereka tidak puas dengan komunikasi bengkel.

Pelanggan akan merasa tidak puas jika bengkel kurang informatif, menjelaskan ke pelanggan apa adanya, dan tanpa memberikan tips untuk merawat kendaraan. Hal tersebut disampaikan oleh saudari Puput. Pendapat lain dari saudari Fita yang menyampaikan ketidak puasannya jika bengkel menjelaskan kepada pelanggan dengan bahasa mesin yang sulit dipahami. Saudara Akmal juga menjelaskan ketidak puasannya jika komunikasinya tidak terorganisasi dengan baik.

c. Kepuasan dan ketidak puasan pelanggan terhadap penilaian profesional.

Penilaian profesional bengkel AHASS Putra Jaya oleh pelanggan bisa dilihat dari hasil pengerjaannya. Pelanggan akan merasa puas atau tidak bisa tergantung dengan hasil servisnya. Bengkel memang harus memberikan yang terbaik ketika memperbaiki kendaraan pelanggan. Berikut adalah pernyataan

dari saudari Puput tentang hasil servis dari bengkel AHASS Putra Jaya pada pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 13.40 WIB.

“Puas, karena motor lebih enteng dibawanya, nggak ada keluhan-keluhan berarti, rem tidak bunyi, dan gas bermasalah. Sedangkan yang bikin nggak puas, kalo hbis dibetulin malah tambah parah”

Pendapat lain tentang hasil servis dari saudari Fita pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 16.40 WIB.

“Kalau tidak puas, apa yang mereka solusikan, atau solusi dari pihak bengkel, seharusnya kerusakan motorku bisa teratasi, tapi ternyata hasilnya tidak sesuai. Antra hasil dan solusinya nggak sama. Kalau puas, karna aku kemrin tidak puas jadi aku bingung kasih jawaban yang bikin puas itu apa. Mungkin kalau puas harusnya masalah motorku waktu aku bawa kebengkel jadi enak lagi”

Pendapat yang terakhir dari saudara Akmal tentang hasil servis pada hari selasa 27 maret 2018 pada pukul 17.05 WIB.

“Hmm kalau yang bikin puas itu waktu selesai diservis diisi angin, lampu motor dicek, hasilnya lebih awet hasil pengerjaannya, contoh lampu motor yang lebih awet dari sebelumnya. Sedangkan yang bikin tidak puas jika hasilnya tidak maksimal, karena remnya nggak setting buat ceket”

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga informan dapat diketahui bahwa hasil servis merupakan sesuatu yang dapat dijadikan puas atau tidak puas dengan bengkel. Saudari Putri mengaku puas terhadap hasil servis jika motornya ringan ketika dikendarai, rem tidak bunyi, serta gas motor tidak bermasalah. Saudari Puput juga menambahkan jika dirinya akan merasa tidak puas dengan hasil bengkel jika motor yang dibawa kebengkel setelah diservis kerusakannya menjadi lebih parah.

Hal yang berbeda disampaikan saudari Fita. Memang pada servis terakhir saudari Fita tidak mendapat kesan baik karena permasalahan yang ada di

motonya tidak dapat diselesaikan dengan baik oleh pihak bengkel. Akan tetapi saudari Fita menjelaskan bahwa dia sebenarnya akan puas jika kerusakan yang dialami dapat terselesaikan dengan tuntas oleh pihak bengkel AHASS Putra Jaya.

Saudara Akmal juga menyampaikan tentang kepuasannya terhadap hasil servis bengkel AHASS Putra Jaya ketika setelah selesai servis ban motor pelanggan diisi tambahan angin dan melakukan *final check* oleh bengkel. Sedangkan hasil yang tidak puas menurut Akmal jika bengkel tidak maksimal dalam menyelesaikan permasalahan motor pelanggan.

d. Faktor Kepuasan utama pelanggan

Ketiga informan dari bengkel AHASS Putra Jaya juga menjelaskan faktor utama kepuasan mereka terhadap tiga bagian dasar *service quality attribute* dari bengkel AHASS Putra Jaya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terdapat informan pertama yaitu saudari Puput berpendapat tentang faktor kepuasan utama dari *service quality attribute* bengkel AHASS Putra Jaya pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 13.45 WIB.

“Paling penting bikin aku puasa adalah komunikasinya, informatif, kalau dia baik, nanti dia kasih tips-tipsnya cara merawat motor dengan baik dan awet.”

Pendapat lain dari saudari Fita pada hari Jumat 23 maret 2018 pada pukul 16.40 WIB.

“Paling penting itu di hasil servisnya, alasannya meskipun komunikasinya sudah bagus, tapi motorku sama aja, kan tujuannya buat motorku jadi enak lagi. Dan paling penting itu hasilnya, karna menurutku yang bikin orang *re-purchase* itu hasilnya, karna tujuan semua orang begitu.”

Pendapat selanjutnya dari saudara Akmal pada hari selasa 27 maret 2018 pada pukul 17.05 WIB.

“Kualitas pelayanan, penting, komunikasi dengan pelanggan karna produk jasa pelayanan harus terbaik jadi nomer satu.”

Berdasarkan ketiga informan diatas kedua pelanggan AHASS Putra Jaya yaitu saudara Puput dan Akmal memilih tingkah laku dan keramahan menjadi hal utama yang mempengaruhi kepuasan. Sedangkan saudari Fita berpendapat bahwa hasil servis yang merupakan bagian dari penilaian profesional. Dalam hal ini *people's behaviour and conviviliaty* atau tingkah laku dan keramahan menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan terhadap bengkel.

6. Deskripsi kepuasan dan ketidak puasan pelanggan terhadap implementasi *service quality* oleh pihak manajemen bengkel AHASS Sekawan Motor.

a. Kepuasan dan ketidak puasan Pelanggan terhadap fasilitas fisik.

Pelanggan yang merupakan pemakai jasa dari pihak bengkel berhak memberikan penilai terhadap kinerja bengkel dalam memberikan pelayanan jasa. Pinilaian ini berdasarkan hal apa saja membuat pelanggan senang terhadap fasilitas fisik yang disediakan bengkel. Pelanggan juga memberikakn penilaian terhadap fasilitas fisik apa yang membuat mereka tidak puas. Seperti pernyataan dari saudara Harits tentang kepuasan dan ketidak puasaan terhadap fasilitas fisik bengkel AHASS Sekawan Motor pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 11.25 WIB.

“yang bikin tidak puas jika antriannya terlalu lama. Kemudian pengerjaannya tidak transparan. Ruang tungguanya nggak nyaman dan kotor. Untuk prosesnya yg bikin tidak puas pasti prosesnya yang ribet, terus kita dibiarkan bingung karena tidak ada petugas yang menghampiri. Nah kalau prosedurnya asal-asalan untuk diterapin pasti bikin kita tidak puas. Hal yang bikin puas itu ruang

tunggunya terpisah dengan ruang pengerjaannya. Kemudian ruang tunggunya dilengkapi fasilitas penunjang seperti kantin, pendingin ruangan, wifi, TV, dan beragam fasilitas lainnya. Untuk alur prosesnya yang terpenting adalah alurnya jelas dan cepat. Datang langsung dilayanani. Lalu untuk prosedurnya pasti yang bikin puas jika semua dikerjakan sesuai prosedur sehingga hasilnya bagus”

Pernyataan kedua dari Sudara Aziz pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 13.05 WIB.

“Kalau tidak puas itu biasanya tempat parkir sempit. Selain itu bengkel ini letaknya di jalan yang padat kendaraan, kadang juga susah menyebrang. Alur proses yang terlalu panjang dan lambat penanganan juga bikin nggak puas. Untuk hal prosedur yang bikin tidak puas itu pihak bengkel tidak menjalankan sesuai SOP dan kerja asal-asalan. Untuk bagian puas itu jika fasilitas ruang tunggunya lengkap, ada TV, wifi, charger hp, ada kantin juga bagus, biar nggak bosan nanti nunggunya bisa sambil nyemil. Terus alur proses lancar dan semua pegawai bengkel menerapkan SOP atau prosedurnya dengan baik”

Pernyataan ketiga dari saudara Rafif pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 14.45 WIB.

“Yang bikin tidak puas, itu kalau fasilitasnya cuman tempat duduk. Tidak ada penitipan helm. Kadang bengkel lain tidak ada Tvnya. Kalau alur prosesnya yang bikin tidak puas kalau lama. Melayaninya kurang cekatan. Dan kalau prosedurnya yang pasti jika tidak sesuai SOP atau standard yang bagus otomatis langsung bikin tidak puas. Nah kalau Puas itu jika tata meja di resepsionis tetap rapi, kemudian kebersihannya tetap terjaga. Lalu tata ruang dan tata tempat atau lokasi dari bengkel ini. Untuk alur prosesnya cepat dan lancar dan prosedurnya teteap dijalankan dan dijaga oleh seluruh pegawai bengkel”

Ketiga informan diatas telah memberikan penilaian kepuasan terhadap fasilitas fisik, proses, dan prosedur yang telah disediakan bengkel. Informan pertama yaitu saudara Harist memberikan pendapat bahwa akan merasa puas jika ruang tunggu bengkel dilengkapi dengan berbagai macam

perlengkapan penunjang seperti TV, pendingin ruangan, sofa, air mineral gratis, wifi, dan kantin mini. Pendapat saudara harits juga didukung oleh di informan yang lain yang memberikan pendapat bahwa measa puas karena fasilitas ruang tunggu nya lengkap.

Saudar Harits juga berpendapat bahwa dirinya merasa puas terhadap bengkel karena ruang workshop jauh dari ruang tunggu jadi tidak terlalu mengganggu pelanggan. Pendapat yang lain tentang kepuasan juga disampaikan oleh saudara Rafif yang menyatakan bahwa bengkel harus tetap menjaga kebersihannya. Selain pendapat yang positif pelanggan juga memberikan pendapatnya tentang ketidakpuasan.

Berdasarkan sumber dari ketiga informan diatas menunjukkan bahwa alur proses proses servis harus lebih cepat dan lancar. Hal ini juga sama dengan dua informan lain yang menyatakan pendapat yang sama. Ketiga informan tersebut juga berharap alur proses tidak berbelit dan sulit. Untuk prosedur yang diterapkan oleh bengkel ketiga informan memiliki tanggapan yang sama bahwa prosedur harus di jalankan dengan sebaik-baiknya.

b. Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan terhadap tingkah laku dan keramahan.

Tingkah laku dan keramahan pelanggan ketika menikmati jasa yang diberikan merupakan salah satu indikator kepuasan dari pelanggan. Dalam hal ini komunikasi bengkel dengan pelanggan akan menjadi acuan bagi pelanggan untuk melakukan penilaian yang berkaitan dengan kepuasan dan ketidakpuasan yang pelanggan alami. Seperti pernyataan dari saudara Harits tentang

kepuasan dan ketidak puasaan terhadap cara komunikasi bengkel AHASS Sekawan Motor pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 11.30 WIB.

“Kalau yang bikin tidak puas karna petugasnya tidak tahu tentang mesin jadi sering kesusahan. Sedangkan yang bikin puas itu kalau pegawainya ramah, waktu masuk bengkel disambut. Bisa menyampaikan informasi (bahasa) yang mudah dipahami. Bisa menyampaikan bahasa mekanik ke orang awam”

Pernyataan kedua dari Sudara Aziz pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 13.15 WIB.

“kalau tidak puas, jika mereka kurang perhatian dengan konsumen, untuk yang bikin puas jika mereka cepat dan tidak membuat ribet pelanggan”

Pernyataan selanjutnya oleh saudara Rafif pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 14.50 WIB.

“Bikin tidak puas itu jika mereka kurang informatif, kurang tulus dalam melayanai, atau setengah-setengah dan asal melayani. Yang bikin puas, mekanik dan konsumen itu satu pemahaman. Ini sama juga bagian resepsion dan mekanik. Jadi mekanik ini tau apa permasalahan yang kita rasakan, mereka cepat paham”

Ketiga informan diatas telah memberikan pandangan tentang hala apa yang menyebabkan pelanggan puas dan tidak puas pada bengkel AHASS Sekawan Motor. Saudara harits mengungkapkan bahwa akan merasa puas jika pegawai bengkel ramah kepada pelanggan, menyambut pelanggan dengan baik, dan menyampaikan informasi yang mudah dipahami. Sedangkan informan kedua merasa puas jika bengkel dengan cepat dan tidak membuat kesusahan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa saudar Aziz menginginkan komunikasi yang efektif. Informan ketiga yaitu saudar Rafif menjelaskan bahwa mekanik dan pelanggan dapat satu pemahaman. Hal ini dapat diartikan bahwa mekanik atau pihak bengkel harus bisa menjelaskan

segala tentang kondisi kendaraan pelanggan dengan bahasa yang mudah dipahami pelanggan.

Berdasarkan wawancara diatas ketiga informan juga menjelaskan hal apa saja yang akan membuat mereka tidak puas dengan kinerja bengkel. Saudara Harits menjelaskan bahwa ketidak puasannya terhadap bengkel jika tidak tahu tentang mesin. Hal ini bisa diartikan bahwa mekanik harus memahami betul tentang mesin sehingga dapat mengkomunikasikannya dengan mudah kepada pelanggan. Sedangkan informan selanjutnya yaitu saudara Aziz menjelaskan kepuasannya jika pihak bengkel kurang perhatian kepada pelanggan. Informan terakhir yaitu saudara Aziz menjelaskan bahwa ketidak puasannya terhadap bengkel jika mereka kurang informatif ke pelanggan dan tidak melayani dengan tulus dan sepenuh hati.

c. Kepuasan dan ketidak puasan pelanggan terhadap penilaian profesional.

Hasil servis akan menunjukkan seberapa ahli pihak bengkel dalam menyelesaikan permasalahan sepeda motor pelanggan. Penilaian profesional bengkel oleh pelanggan bisa dilihat dari hasil pengerjaannya. Pelanggan akan merasa puas atau tidak bisa tergantung dengan hasil servisnya. Bengkel memang harus memberikan yang terbaik ketika memperbaiki kendaraan pelanggan. Berikut adalah pernyataan dari saudara Harits tentang hasil servis dari bengkel AHASS Sekawan Motor pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 11.40 WIB.

“tidak puas itu dari satu keluhannya itu ada yang *miss* ada yang lupa diperbaiki oleh pihak bengkel. Yang bikin puas sebaliknya”

Pendapat lain tentang hasil servis dari saudara Aziz pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 13.20 WIB.

“Saya pribadi puas jika hasil servisnya terasa, kalau tidak puas, jika servisnya tidak awet, atau ada baut yang ilang, atau hasilnya tak sama dan bisa jadi lebih buruk”

Pendapat yang terakhir dari saudara Rafif pada hari selasa 26 maret 2018 pada pukul 15.00 WIB.

“antara yang dikeluh kesahkan jadi benar. Pokoknya terpenuhi. Kalau tidak puas, kebalikannya. Yaitu apa yang dikeluhkan tidak terselesaikan”

Berdasarkan hasil wawancara di atas saudara Harits memberikan pendapat bahwa kepuasan tentang hasil servis menurutnya jika bengkel sudah memperbaiki kendaraan dengan baik dan tidak ada yang tertinggal. Sedangkan menurut informan kedua yaitu saudara Aziz berpendapat bahwa merasa puas jika manfaat dari servis terasa. Dari yang sebelumnya motor rusak setelah masuk bengkel motor menjadi lebih baik. Informan ketiga memberikan pendapat bahwa kepuasan tercipta jika apa yang dikeluh kesahkan pelanggan tentang motornya dapat terselesaikan baik oleh pihak bengkel.

Informan diatas juga memngungkapkan hal-hal apa saja yang dapat membuat mereka tidak puas dengan hasil servis bengkel. Saudara Harits menjelaskan bahwa ketidak puasannya terhadap hasil servis jika keluahanmya tentang motor oleh pihak bengkel lupa untuk diperbaiki. Sedangkan informan kedua yaitu saudara Aziz mengungkapkan bahwa ketidak puasanya bisa jadi karena hasil servisnya tidak bisa awet, ada *spare part* yang hilang, dan kondisi motor menjadi lebih buruk. Informan ketiga saudara Rafif mengungkapkan ketdak puasannya jika apa yang dia keluhkan tentang motor tidak tertangani oleh pihak bengkel.

d. Faktor Kepuasan utama pelanggan

Ketiga informan dari bengkel AHASS Sekawan Motor juga menjelaskan faktor utama kepuasan mereka terhadap tiga bagian dasar *service quality attribute* dari bengkel AHASS Sekawan Motor. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terdapat informan pertama yaitu saudara Harits tentang hasil servis dari bengkel AHASS Sekawan Motor pada hari Selasa 26 Maret 2018 pada pukul 11.47 WIB.

“Hasil servis, menentukan pilihan juga, kalau hasilnya bagus maka itu yang membuat puas.”

Pendapat lain dari saudara Aziz pada hari Selasa 26 Maret 2018 pada pukul 13.27 WIB..

“menurut saya cara melayani konsumennya, tidak membiarkan mereka berdiam diri, kebingungan saat di bengkel. Bengkel ini cukup bagus karena sudah menyediakan orang untuk melayani konsumen.”

Pendapat selanjutnya dari saudara Rafif pada hari Selasa 26 Maret 2018 pada pukul 15.09 WIB.

“Yang bikin puas itu hasilnya, jadi kan ada urutannya, menurutku yang paling utama itu hasilnya, hasil servis, kedua fasilitas fisik, dan yang terakhir kemungkinan komunikasinya. meskipun kualitas komunikasinya bagus, tapi kalau pengerjaannya gk bagus, ya menurut saya kurang. Karena itu menentukan kualitas pengerjaannya..”

Berdasarkan ketiga informan di atas kedua pelanggan AHASS Sekawan Motor yaitu saudara Harits dan Aziz memilih hasil servis yang merupakan bagian dari *professional judgement* menjadi hal utama yang mempengaruhi kepuasan. Sedangkan saudara Rafif berpendapat bahwa cara melayani pelanggan yang merupakan bagian dari *people's behaviour and conviviality*

merupakan hal utama yang mempengaruhi kepuasan . Dalam hal ini *professional judgement* atau penilai profesional berdasarkan hasil servis bengkel menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan terhadap bengkel.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menjelaskan, mendiskripsikan, dan menganalisa bengkel AHASS Putra Jaya, pelanggan AHASS Putra Jaya, AHASS Sekawan Motor, dan pelanggan AHASS Sekawan Motor dengan menggunakan *service quality attribute* model oleh Haywood-Farmer. Penelitian ini juga menjelaskan dan menganalisa faktor pendorong kepuasan kedua pelanggan bengkel tersebut. Pembahasan penelitian yang telah dilakukan yang telah dilakukan akan dijelaskan dalam beberapa point berikut :

1. Prespektif *Service Quality* dari sudut pandang manajemen bengkel berdasarkan model *service quality attribute* Haywood-Farmer.

Menurut Haywood-Farmer (1987) dalam *service quality attribute* model membagi menjadi tiga bagian dasar *service quality* yang bisa digunakan penyedia jasa dalam memahami ekpetasi pelanggan. Tiga bagian dasar itu yaitu:

- *Physical Facilities, Processes, and Procedures*
- *People's Behaviour and Conviviality*
- *Professional Judgement*

Pembagian *service quality* ini juga memudahkan pihak penyedia jasa mengidentifikasi apa yang diharapkan pelanggannya terhadap pelayanan /jasa yang diberikan. Peneliti mengelompokan menjadi tiga bagian dasar berdasarakan model diatas untuk lebih mudah menemukan prespektif tentang *service quality* pada manajemen bengkel.

a. Physical Facilities, Processes, and Procedures

Kedua bengkel yaitu AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor sejak awal berdiri telah menyiapkan fasilitas fisiknya dengan baik. Sejak pertama memulai bisnis bengkel juga sudah menyiapkan berbagai fasilitas fisik penunjang yang tujuannya untuk memperlancar kegiatan bisnis dan kenyamanan pelanggan. Kedua bengkel tersebut telah menyiapkan dari awal fasilitas fisik seperti dijelaskan pada table berikut :

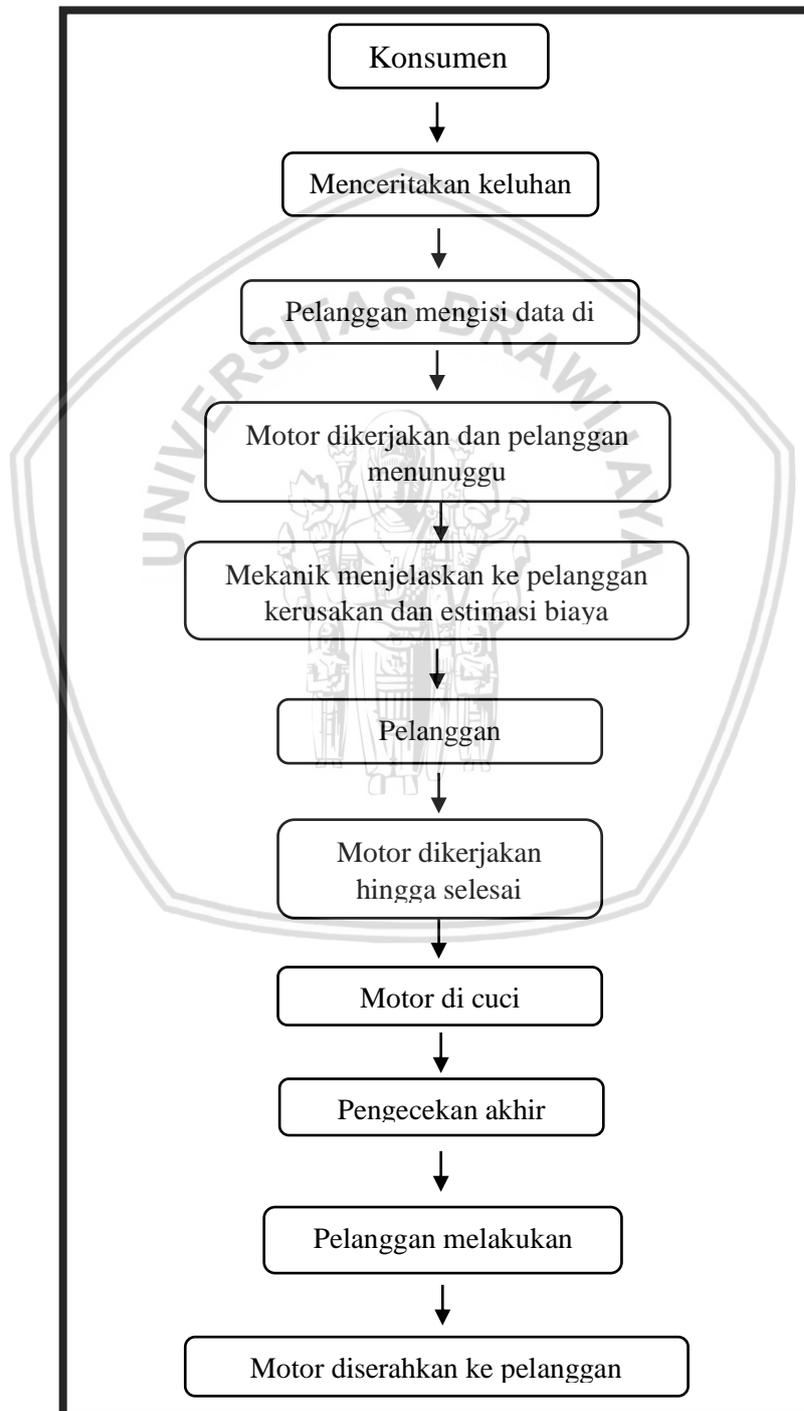
Tabel 1. Fasilitas AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor

Fasilitas Fisik	AHASS Putra Jaya	AHASS Sekawan Motor
Ruang Tunggu	Ada	Ada
Pit Mekanik	Ada	Ada
Flat TV	Ada	Ada
Wifi Gratis	Ada	Ada
Kantin	Tidak ada	Ada
Musholla	Tidak ada	Ada
Tempat Parkir	Ada	Ada
Air Mineral Gratis	Ada	Ada
Pendingin Ruangan	Tidak ada	Ada

Sumber : Olahan peneliti

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa kedua bengkel telah menyiapkan beberapa fasilitas fisik penunjang aktifitas bengkel. Bengkel AHASS Sekawan Motor memiliki fasilitas yang lebih lengkap di banding dengan AHASS Putra Jaya. Ada tiga fasilitas yang tidak dimiliki oleh bengkel AHASS Putra Jaya yaitu kantin, musholla, dan pendingin ruangan. Berdasarkan observasi peneliti salah satu faktor yang menyebabkan fasilitasnya tidak seperti bengkel AHASS Sekawan Motor karena bangunan dari bengkel AHASS Putra Jaya sendiri terlalu sempit.

Alur proses dalam bengkel AHASS Sekawan Motor dan AHASS Putra Jaya tergolong sama. Hal ini dikarenakan kedua bengkel tersebut berada pada naungan brand yang sama yaitu AHASS yang dimiliki oleh PT. AHM Motor. Alur proses di bengkel kedua AHASS tersebut seperti gambar dibawah ini.



Gambar 8. Alur servis AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor
Sumber : Olahan Peneliti

Alur tersebut memang tidak dijelaskan secara tertulis di bengkel namun pihak bengkel sendiri menerapkan pola tersebut setiap menangani pelanggan. Alur tersebut bisa dirasa cukup efektif sebab dari hasil wawancara dengan pelanggan pun tidak ada satu pun merasakan kesusah dengan alur servis yang diciptakan bengkel. Dalam alur tersebut juga ada unsur transparansi yang dijunjung oleh pihak bengkel yaitu pihak bengkel akan selalu melakukan konfirmasi pelanggan sebelum pergantian spare part motor.

Prosedur dalam kedua bengkel tersebut telah diciptakan dalam bentuk-bentuk beberapa SOP yang ada di bengkel. Kedua bengkel AHASS tersebut memiliki lima SOP yang utama seperti

1. SOP Melayani Pelanggan
2. SOP servis kendaraan
3. SOP mekanik
4. SOP Pegawai
5. SOP bagian spare part

Standard-standard itu diciptakan dengan tujuan dasar adalah agar proses bisnis yang ada di bengkel dapat dijalankan dengan baik. SOP ini hukumnya wajib ditaati oleh seluruh pegawai dan mekanik bengkel kedua AHASS tersebut.

Fasilitas fisik, proses, dan prosedur secara keseluruhan memang sudah disiapkan dengan baik oleh kedua bengkel tersebut. Beberapa fasilitas fisik yang penting sudah disiapkan oleh bengkel. Alur proses yang cepat dan lancar tanpa membuat pelanggan merasa bingung dengan alur bengkel.

Prosedur yang diterapkan oleh bengkel melalui SOP yang telah ditetapkan membuat kegiatan bengkel menjadi lancar dan sesuai yang diharapkan.

b. People's Behaviour and Conviviality

Bagian kedua ini berkaitan dengan pihak-pihak internal yang ada dibengkel. Hal paling diperhatikan dalam bagian ini ada cara komunikasi bengkel dengan pelanggan. Kedua bengkel tersebut sudah menerapkan cara untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Salah satu hal adalah memberi salam.

Salam yang diucapkan oleh bengkel kedua AHASS ini beda dengan bengkel pada umumnya. Mereka menyambut pelanggan datang ke bengkel dengan mengucapkan “salam satu hati”. Salam ini sebagai penanda keramahan kepada pelanggan sehingga mereka akan merasa disambut dengan baik oleh pihak bengkel. Komunikasi dalam bagian ini juga menjadi hal penting yang mendasar.

Komunikasi dengan pelanggan diusahakan tetang berjalan baik. Bengkel harus informatif terhadap pelanggan. Bengkel tetap harus proaktif berkomunikasi dengan pelanggan. Salah satunya setiap selesai servis memberikan tips untuk menjaga performa motor lancar. Berdasarkan hasil dari wawancara pelanggan dari AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan motor. Hanya saudara Puput yang meruapakan pelanggan AHASS Putra Jaya yang mengungkapkan bahwa dia kan senang jika selesai servis bengkel memberikan informasi tips untuk merawat kendaraan.

Kedua bengkel AHASS tersebut sudah menjalankan komunikasi dengan sabaik-baiknya. Kedua bengkel tersebut juga mendapatkan pelatihan

dari pihak AHM Motor. Jadi mulai dari bagian *service advisour*, kepala bengkel, mekanik, dan kasir memperoleh kesempatan untuk belajar tentang seputar bengkel dan t

c. Professional Judgement

Baik atau buruknya dari hasil servis dari bengkel yang akan menilai tetap pelanggan. Maka dari itu bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor percaya bahwa kualitas baik berawal dari internal perusahaan. Untuk di bagian ini maka kedua bengkel tersebut sudah sama-sama telah mempersiapkannya.

Bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor sudah mempersiapkannya dengan memberikan tentang kemekanik kepada semua mekanik bengkel. Semua mekanik kedua bengkel tersebut juga telah memiliki sertifikat resmi yang dikeluarkan oleh pihak AHM Honda. Sertifikasi mekanik ini terbagi menjadi tiga tingkat yaitu tingkat 1, tingkat 2, dan tingkat 3.

Bengkel AHASS Sekawwan motor memiliki 5 mekanik yang memiliki sertifikat tingkat 1, kemudian 3 yang memiliki tingkat 2, dan hanya satu yang memiliki sertifikat tingkat 3. Sedangkan AHASS Putra Jaya memiliki 3 mekanik yang memiliki sertifikat tingkat 1, 2 mekanik sertifikat tingkat 2, dan hanya satu mekanik yang memiliki sertifikat tingkat 1. Sertifikat ini penting agar kualitas mekanik dalam memperbaiki kendaraan pelanggan terjamin.

Kedua bengkel dapat dikatakan telah mempersiapkan mulai dari awal. Bengkel juga memperhatikan kualitas skill dari mekaniknya. Dalam bagian ini bengkel telah memenuhinya sejak awal bengkel sendiri. Dibuktikan

dengan keseluruhan mekanik dari kedua bengkel yang telah memiliki sertifikat resmi dari AHM Honda.

2. Prespektif *Service Quality* dari sudut pandang pelanggan bengkel AHASS.

a. Physical Facilities, Processes, and Procedures

Bagian pertama dari service quality attribute ini menjadi perhatian dari pihak pelanggan. Sedari awal pihak bengkel juga mempertimbangkan fasilitas yang disediakan oleh bengkel. Dari enam pelanggan yang peneliti wawancara semua menyebutkan ruang tunggu yang ada di bengkel ketika membahas tentang fasilitas fisik. Saudara Fita menerangkan jika jumlah kursi yang berada di ruang tunggu juga harus disesuaikan dengan kapasitas bengkel. Tujuannya agar pengunjung tidak ada yang berdirinya karena tidak ada tempat duduk.

Fasilitas fisik yang lain yang disinggung oleh wawancara adalah fasilitas fisik penunjang yang ada di ruang tunggu. Ada perbedaan mencolok pada dua AHASS tersebut. AHASS Putra Jaya ruang tunggu tidak sebesar AHASS Sekawan Motor dan juga di AHASS Putra Jaya tidak dilengkapi pendingin ruangan. Bagi tiga informan AHASS Putra Jaya tidak mempermasalahkan pendingin ruangan. Sedangkan tiga informan AHASS Sekawan Motor mengaku senang dengan pendingin ruangan dan beberapa fasilitasnya.

Kedua pelanggan bengkel AHASS tersebut juga bisa menikmati siaran luar negeri yang ada di TV di masing-masing bengkel. Selain itu kedua pelanggan AHASS tersebut bisa menikmati akses internet gratis. Meng

dari awal kedua bengkel telah menyediakan wifi gratis. Dua pelanggan yang memberikan pendapat tentang wifi gratis yaitu saudara Harits dan Azizi. Kedua pelanggan tersebut merupakan pelanggan AHASS Sekawan Motor.

Alur proses kedua AHASS tersebut memiliki kesamaan. Hal ini dikarenakan kedua bengkel tersebut sama-sama ber*brand* AHASS. Pelanggan kedua AHASS tersebut ketika diwawancara oleh peneliti tidak ada tanggapan yang negatif. Selama ini kedua pelanggan tersebut tidak menghadapi kesulitan dengan alur proses bengkel. Pihak bengkel dinilai sejauh ini telah menerapkan alur tersebut secara konsisten. Pada kedua bengkel tersebut sudah mengerti apa saja yang harus dilakukan ketika pelanggan datang sampai motor selesai dan diserahkan kembali ke pelanggan.

Prosedur yang dijalankan oleh bengkel selama menurut ke enam informan kedua bengkel tersebut sudah berjalan baik. Bengkel sudah dinilai menerapkan semua SOP-nya dengan baik. Mulai dari SOP melayani pelanggan hingga SOP memperbaiki motor. Pelanggan menilai kedua bengkel AHASS tersebut sudah teratur dan sistematis. Pelanggan tidak ada yang memberikan respon negatif.

Fasilitas fisik, proses, dan prosedur bagi pelanggan adalah sesuatu yang diharapkan dapat dipenuhi dengan baik oleh pihak bengkel. Tentunya fasilitas yang disediakan, alur proses yang telah diatur, dan SOP yang terdiseiapkan oleh pihak bengkel tentu akan mempengaruhi kesan pelanggan. Hal ini agar dapat memenuhi ekspektasi pelanggan terhadap bengkel sehingga tercipta *service quality* yang baik.

b. People's Behaviour and Conviviality

Bagian kedua ini terkait erat dengan pihak-pihak internal yang ada di bengkel. Sikap meraka kepelanggan akan juga menciptakan kesan yang baik kepada pelanggan. Cara komunikasi pihak bengkel kepada pelanggan juga menjadi hal yang penting dalam bagian ini. Dari ke enam pelanggan kedua bengkel AHASS tersebut tidak ada yang mengeluh tentang komunikasi pihak bengkel. Mereka selama ini telah menilai kedua bengkel AHASS tersebut sudah dengan baik berkomunikasi dengan pelanggan.

Kedua AHASS tersebut juga memiliki salam khusus ketika menyambut pelanggan tiba di bengkel yaitu menggunakan kalimat “salam satu hati”. Tujuan dari salam ini bagi pihak bengkel untuk menyambut hangat para pelanggan yang datang ke bengkel. Sekaligus menjadi ciri khas khusus yang membedakan bengkel AHASS dengan bengkel yang lainnya. Kedua pelanggan bengkel tersebut juga mengaku senang ketika bengkel dengan cepat menyambut pelanggan yang datang.

Pelanggan kedua bengkel tersebut juga mengapresiasi pihak bengkel karena transparan terhadap pelanggan. Bengkel selalu mengkomunikasikan setiap aka mengganti spare part dan kondisi motor. Bengkel akan memberikan informasi tentang spare part apa yang diganti, alasan kenapa spare part itu diganti, dan juga harga dari spare part tersebut. Hal ini direspon secara positif oleh pihak pelanggan karena ini akan membuat pelanggan tidak merasa tertipu oleh pihak bengkel. Hal ini juga merupakan bagian transparansi pihak bengkel.

Komunikasi, sikap yang baik serta keramahan bagi pelanggan mejadi hal yang penting. Sebab komunikasi yang transparan terhadap pelanggan adalah awal dari kepercayaan pelanggan. Dua dari keenam informan yang diwawancari oleh peneliti juga menyebutkan bahwa komunikasi adalah hal yang paling penting.

c. Professional Judgement

Bagian ketiga ini pelanggan dapat menilainya melalui hasil servis yang dapat dirasakan setelah motor diperbaiki. Kuda bengkel tersebut sudah mengantisipasi dengan menjaga kualitas mekaniknya melalui sertifikasi kemakanikan resmi dari pihak AHM Honda. Hal ini menjadi penting sebab tujuan utama pelanggan ke bengkel adalah unuk memperbaiki motornya yang rusak.

Pelanggan juga berekspetasi sejak pertama datang ke bengkel mengharap permasalahan motor dapat terselesaikan dengan baik oleh pihak bengkel. Hasil servis motor juga mempengaruhi kepuasan mereka terhadap bengkel. Hasil servis berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan. Maka dari itu professional judgement bagi pelanggan merupakan bagian dari perhatian mereka ketika akan menserviskan motornya ke bengkel.

3. Prespektif manajemen bengkel dan pelanggan bengkel

Untuk lebih memudahkan untuk memahami tentang sudut pandang dari pihak manajemen dan pelanggan pada masing-masing bengkel. Peneliti menjabarkannya kedalam table tentang sudut pandang keduanya dalam *service quality*. Berikut adalah tabel yang menjelaskan tentang sudut pandang dari kedua belah pihak.

Tabel 2. Prespektif antara pihak manajemen bengkel dan pelanggan bengkel

Service Quality	<i>Physical Facilities, Processes, and Procedures</i>	<i>People's Behaviour and Conviviality</i>	<i>Professional Judgement</i>
Prespektif Manajemen Bengkel	Fasilitas ruang tunggu yang nyaman serta fasilitas penunjang kegiatan operasional lengkap, alur proses yang jelas, dan penerapan prosedur secara penuh.	Memberikan pelayanan sebaik mungkin dengan komunikasi ke pelanggan secara jelas dan ramah.	Mempersiapkan tenaga mekanik sebaik mungkin dengan meningkatkan skill mereka melalui pelatihan
Prespektif Pelanggan	Ada tempat untuk menunggu yang nyaman serta fasilitas penunjang seperti wifi dan pendingin ruangan. Alur proses yang tidak membingungkan dan cepat. Pihak bengkel menjalankannya secara profesional.	Mendapatkan pelayanan dengan ramah dan baik sekaligus transparan	Permasalahan kendaraannya dapat memperoleh solusi.

Sumber : Olahan peneliti

4. Faktor pendorong utama kepuasan pelanggan.

Menurut Barnes (2003) mengemukakan bahwa kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Keenam informan dari bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor telah memberikan tanggapannya atau *feedback* terhadap implementasi *service quality* oleh kedua bengkel. Menurut Irawan dalam Rahayu (2009), Faktor-faktor pendorong kepuasan kepada pelanggan terdiri dari lima faktor yaitu :

A. Kualitas produk

Saat pelanggan merasa puas setelah membeli atau menggunakan produk yang memiliki kualitas produk yang baik.

B. Harga

Harga yang murah biasanya merupakan sumber kepuasan bagi pelanggan akan tetapi harga bukan jaminan suatu produk memiliki kualitas yang baik.

C. Kualitas Jasa

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai atau karyawan.

D. *Emotional Factor*

Kepuasan bukan karena kualitas produk, tetapi harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan puas terhadap merek produk tertentu.

E. Biaya

Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa. Kenyamanan dan efisiensi dalam mendapatkan jasa atau produk memberikan nilai tersendiri bagi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan lima faktor diatas peneliti mencari faktor yang sama dengan teori *service quality attribute* model dari Haywood-Farmer. Dari ke lima faktor tersebut ada dua faktor pendorong yang sama dengan *service quality attribute*. Faktor pertama yaitu kualitas jasa yang sama halnya dengan *professional judgement*. Kedua *emotional factor* sama dengan *people's behaviour and conviviality*.

Keenam informan telah memberikan pendapatnya tentang faktor utama apa yang menjadi pendorong kepuasan mereka terhadap bengkel. Faktor utama kepuasan pelanggan kedua bengkel pun berbeda. Jika dua dari tiga pelanggan sekaligus informan dari AHASS Putra Jaya memilih *people's behaviour and conviviality* menjadi faktor utama kepuasan pelanggan. Hanya satu yang memilih hasil servis atau bagian dari *professional judgement*. Sedangkan dua dari tiga pelanggan AHASS Sekawan Motor memilih *professional judgement* menjadi faktor utama kepuasan pelanggan terhadap bengkel dan satu informan yang memilih *people's behaviour and conviviality*.

Faktor pendorong kedua bengkel ternyata berbeda. Maka bagi pelanggan AHASS Putra Jaya tingkah laku dan keramahan pegawai dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan menjadi faktor utama pendorong terciptanya kepuasan terhadap bengkel. Sedangkan bengkel AHASS Sekawan harus memperhatikan hasil servis dari kendaraan pelanggan karena mayoritas pelanggan mereka memilih *professional judgement* sebagai faktor utama pendorong kepuasan pelangg



BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti mengenai implemntasi *service quality* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan yaitu :

1. Pihak manajemen dari bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor sejak awal sudah memiliki prespektif tentang *service quality*. Sejak awal pendirian bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan secara tidak langsung sudah mempersiapkan *service quality attribute* Haywood-Farmer yang terdiri dari tiga bagian yaitu pertama *Physical Facilities, Processes, and Procedures*, kemudian yang kedua adalah *People's Behaviour and Conviviality*, dan bagian yang ketiga adalah *Professional Judgement*. Kedua bengkel AHASS tersebut mempersiapkan ketiga bagian *service quality attribute* guna memnciptakan layanan yang terbaik untuk pelanggan. Tujuan lainnya juga dari penerapan *service quality attribute* Haywood-Farmer ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Pihak pelanggan dari bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor memiliki prespektif tentang penerapan *service quality* pada masing-masing bengkel. Pelanggan dari AHASS Putra Jaya tidak semua merasa puas dengan pelayanan dari bengkel. Hanya pendapat satu orang dari ketiga informan yang menyatakan tidak puas dengan bengkel AHASS Putra Jaya pada bagian *Professional Judgement*. Pelanggan tersebut menilai bahwa hasil

servis bengkel AHASS Putra Jaya tidak sesuai dengan harapan. Motor pelanggan tersebut permasalahannya tidak dapat terselesaikan dengan baik. Sedangkan pelanggan AHASS Sekawan Motor dari ketiga informan merasa puas dengan tiga bagian *service quality attribute* yang sudah dilakukan oleh pihak bengkel.

3. Kepuasan pelanggan dari kedua bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor memiliki faktor utama pendorong kepuasan yang berbeda. Bagi pelanggan AHASS Putra Jaya komunikasi atau pelayanan yang merupakan bagian dari *people's behaviour and conviviality* adalah faktor utama pendorong kepuasan. Sedangkan pelanggan AHASS Sekawan Motor menilai hasil servis yang termasuk dalam *professional judgement* merupakan faktor utama pendorong kepuasan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran, yaitu :

1. Pihak bengkel AHASS Putra Jaya dan AHASS Sekawan Motor harus terus menjaga pelayanan terbaiknya berdasarkan tiga bagian dari *service quality attribute* Haywood-Farmer. Perbaikan kualitas pelayanan bengkel untuk kedepan bisa berdasarkan tiga bagian tersebut.
2. Bagi AHASS Putra Jaya untuk bisa mempertahankan komunikasi dengan pelanggan yang sudah terjalin baik dan tetap terus memperhatikan hasil pengerjaan servis dari mekanik.

3. Bagi AHASS Sekawan Motor untuk bisa mempertahankan hasil servis yang sudah bagus dan terus meningkatkan komunikasi yang baik dengan pelanggan.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali dengan jangkauan informan yang lebih beragam dengan jumlah bengkel yang diteliti lebih banyak dari sebelumnya. Metode selanjutnya agar dapat menggunakan pendekatan kualitatif. Hal ini akan menyempurnakan penelitian sebelumnya.



DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, 1988, SERQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1.
- Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry. 2012. *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi : Perspektif Indonesia*. Jakarta : Erlangga
- Data.2017.<https://data.go.id/dataset/jumlah-kendaraan-bermotor-unit/resource/> diakses pada tanggal 22 November 2017 Pukul 15.00 WIB.
- David, F. R. 2011. *Strategic Management: Concepts and Cases* (13th ed.). New Jersey, NJ: Prentice Hall.
- Drucker, P. F., & Noel, J. L. 1986. Innovation and Entrepreneurship: practices and principles. *The Journal of Continuing Higher Education*, 34(1), 22-23.
- Haywood-Farmer, J. 1988. A conceptual model of service quality. *International journal of operations & production management*, 8(6), 19-29.
- Goriau.2017.<https://www.goriau.com/berita/pekanbaru/selalu-memberikan-layanan-terbaik-kepada-konsumen-ahass-raih-penghargaan-service-quality-dari-ccsl.html>. diakses pada tanggal 22 November 2017 Pukul 15.00 WIB
- Kompas.2017.http://ekonomi.kompas.com/read/2017/02/06/133000826/bps.ini.li_ma.sektor.yang.catat.pertumbuhan.tertinggi.sepanjang.2016_ diakses pada tanggal 22 November Pukul 15.00 WIB

Kompas.2017.<http://otomotif.kompas.com/read/2017/08/02/182300915/honda-kejar-target-servis-50-juta-motor-konsumen> diakses pada tanggal 22 November 2017 Pukul 16.00 WIB

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2007, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas, Jilid 1, dialihbahasakan oleh Benjamin Molan, Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1 (Edisi Keenam)*. Jakarta: Erlangga

Kurniasih, I. D. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Variabel Kepuasan (Studi pada Bengkel Ahas 0002-Astra Motor Siliwangi Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 1, No.1.

Lu, C., Berchoux, C., Marek, M. W., & Chen, B. 2015. Service quality and customer satisfaction: qualitative research implications for luxury hotels. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol 9, No. 2, 168-182.

Lupiyoadi, R. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Pambudi, Rifki Agung. 2013. Pengaruh *Brand Community* Terhadap Loyalitas Merek Sepeda Motor Yamaha Vixion. *Jurnal Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol 2 : 1 hal 1-10.

- Rahayu, Deasy. 2016. *Experiential Marketing dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan dan Minat Pembelian Ulang Warung Coto Abdullah Daeng Sirua*. Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang.
- Rizan, M., & Andika, F. 2011. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol 2, No.2, pp. 130-150.
- Rizan, M., & Andika, F. 2011. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol 2, No. 2, 130-150.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran (Edisi Kedua)*. Yogyakarta: ANDI Publisher.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tribunnews.2014.<http://surabaya.tribunnews.com/2014/09/01/tiap-bulan-4000-unit-motor-baru-masuk-kota-malang> diakses pada tanggal 22 November 2017 Pukul 15.00 WIB.
- Yarimoglu, E. K. 2014. A review on dimensions of service quality models. *Journal of Marketing Management*, Vol 2, No. 2, pp. 79-93.