

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Jasa Service Sepeda Motor Dengan Metode *Service Quality* (SERVQUAL) Pada PT. SJKM Medan

Analysis of Customer Satisfaction with Service Quality and Motorcycle Service Facilities with the Service Quality (SERVQUAL) Method at PT. SJKM Medan

Akbar Rasyid Permadi^{a,1}, Andri Herlambang^{b,2}

^{ab}Program Studi Teknik Industri UPU, KL. Yos Sudarso Km. 6,5 No. 3A, Medan, 20241, Indonesia
akbarrasyidpermadi23@gmail.com¹, herlambangandri53@gmail.com²

ABSTRAK

Dengan pesatnya persaingan di bidang jasa pelayanan service kendaraan saat ini, perusahaan dituntut untuk dapat lebih mempelajari dan memahami kebutuhan dan juga keinginan konsumen. PT. Sumber Jadi Kencana Motor Medan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan Sepeda Motor, penjualan Suku Cadang/Sparepart, dan juga pelayanan Service Sepeda Motor resmi dari Yamaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, dan mengidentifikasi variabel kualitas layanan pada PT. JSKM Medan, melihat bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas di PT. SJKM Medan, mengidentifikasi variabel layanan yang dinilai tidak berkualitas dan tidak memuaskan bagi pelanggan, serta mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. SJKM Medan. Teknik penarikan sampel pada penelitian ini adalah dengan metode purposive sampling, terdapat 5.437 populasi dan yang dijadikan sampelnya adalah sebanyak 100 orang. Penelitian ini dilakukan dari bulan mei sampai agustus 2023. Jenis analisis data yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan metode Service Quality (ServQual). Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis dengan metode servqual menunjukkan sebanyak 3 dimensi servqual (keandalan/reliability, daya tanggap/responsiveness, dan empati/emphaty) bernilai > 100% yang berarti pelayanan melebihi dari dari harapan pelanggan, kemudian terdapat 2 dimensi servqual (bukti fisik/tangibles, dan jaminan/assurance) bernilai < 100% yang berarti pelayanan tidak berkualitas/tidak memuaskan pelanggan, dan terakhir berdasarkan tingkat kepentingan setiap dimensi servqual maka dimensi daya tanggap/responsiveness adalah dimensi dengan tingkat kepentingan paling tinggi (20,44%) lalu disusun dimensi empati/emphaty (20,24%) kemudian dimensi keandalan/reliability (20,04%) selanjutnya dimensi jaminan/assurance (19,64) dan terakhir dimensi bukti fisik/tangibles (19,64).

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Jasa Service, SERVQUAL, PT. SJKM Medan

ABSTRACT

With the rapid competition in the field of vehicle service services today, companies are required to be able to better study and understand the needs and desires of consumers. PT Sumber Jadi Kencana Motor Medan is one of the companies engaged in the sale of Motorbikes, the sale of Spare Parts / Spare Parts, and also the official Motorcycle Service service from Yamaha. This study aims to analyze, and identify service quality variables at PT JSKM Medan, see how the level of customer satisfaction with the quality of services and facilities at PT SJKM Medan, identify service variables that are considered not qualified and unsatisfactory for customers, and identify dimensions of service quality that can affect customer satisfaction at PT SJKM Medan. The sampling technique in this study was purposive sampling method, there were 5,437 populations and the sample was 100 people. This research was conducted from May to August 2023. The type of data analysis that researchers use in this study is a quantitative method using the Service Quality (ServQual) method. Based on the results of calculations and analysis with the servqual method, it shows that 3 servqual dimensions (reliability / reliability, responsiveness / responsiveness, and empathy / empathy) are worth > 100%, which means that the service exceeds customer expectations, then there are 2 servqual dimensions (physical evidence / tangibles, and assurance / assurance) worth < 100%, which means that the service is not of quality / does not satisfy customers, and finally based on the level of importance of each servqual dimension, the dimension of responsiveness / responsiveness is the dimension with the highest level of importance (20.44%) followed by the dimension of empathy / empathy (20.24%)

then the dimension of reliability / reliability (20.04%) then the dimension of guarantee / assurance (19.64) and finally the dimension of physical evidence / tangibles (19.64).

Keywords : Customer Satisfaction, Service Quality, Facilities, Services, SERVQUAL, PT SJKM Medan

Disubmit: 10 Juni 2024

*Info Artikel :
Direview: 13 Juli 2024*

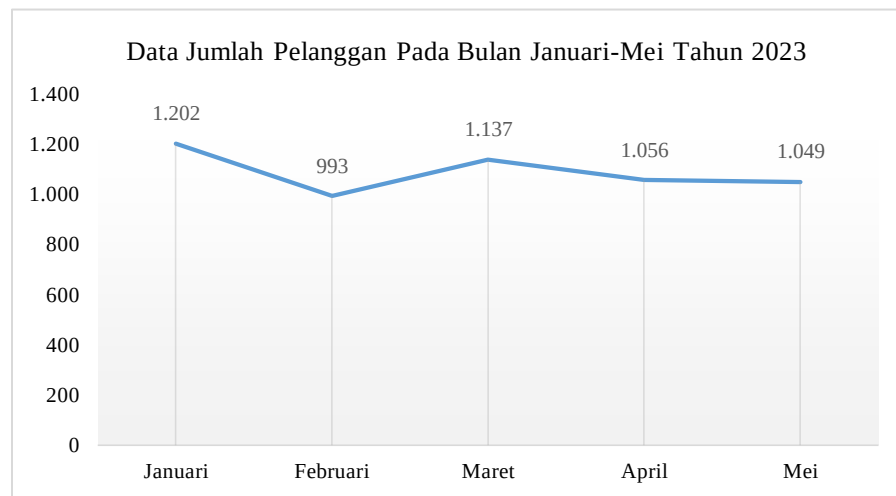
Diterima : 02 Agustus 2024

Copyright © 2024 – Journal UPU. All rights reserved.

1. PENDAHULUAN

Dengan pesatnya persaingan di bidang jasa pelayanan *service* kendaraan saat ini, terkhusus kendaraan roda dua yang disebabkan oleh banyaknya para kompetitor yang telah hadir ditengah-tengah masyarakat, baik itu usaha dalam skala kecil maupun besar sehingga mengakibatkan perebutan calon konsumen diantara para penyedia jasa layanan tersebut. Maka dari itu perusahaan dituntut untuk dapat lebih mempelajari dan memahami kebutuhan dan juga keinginan konsumen. Dengan cara memahami kebutuhan dan keinginan para konsumen tersebut, maka akan memberikan informasi penting bagi perusahaan untuk selanjutnya dapat merancang strategi pemasaran guna terciptanya kepuasan pelanggan dan tentunya agar dapat bersaing, bertahan dan juga menguasai pangsa pasar.

PT. Sumber Jadi Kencana Motor Medan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan Sepeda Motor, penjualan Suku Cadang/*Sparepart*, dan juga pelayanan *Service* Sepeda Motor resmi dari Yamaha. Namun yang menjadi fokus pada penelitian ini adalah jasa pelayanan *service* sepeda motor yang dimiliki oleh PT. SJKM itu sendiri. Berikut adalah gambar 1 data jumlah pelanggan yang melakukan *service* sepeda motor di PT. SJKM Medan.



Gambar 1. Data Jumlah Pelanggan yang melakukan *Service* Sepeda Motor di PT. SJKM Medan (Sumber: PT. SJKM Medan)

Berdasarkan dari data pada Gambar 1 diatas dapat dilihat bahwasannya jumlah pelanggan yang melakukan *service* sepeda motor di PT. SJKM Medan mengalami fluktuasi, dan cenderung mengalami penurunan yang relatif signifikan. Hasil wawancara yang dilakukan kepada pihak PT. SJKM Medan yang diwakilkan oleh bagian *Service Advdisor* (SA) terdapat beberapa keluhan dari para pelanggan yang disampaikan kepada bagian *service advisor* tersebut. Beberapa keluhan tersebut diantaranya

waktu pengerjaan perbaikan yang lama, beberapa karyawan yang bekerja tidak sesuai dengan SOP, kebersihan dan kerapian di area *pit service* yang tidak terjaga dengan baik, kurang tanggapnya bagian *service advisor* disaat pelanggan membutuhkan, serta kurang lengkapnya *sparepart* yang diinginkan pelanggan. Hal tersebut juga diperparah dengan tidak tersedianya kotak kritik serta saran di PT. SJKM Medan, dan berdasarkan informasi yang didapat ternyata pihak PT. SJKM Medan juga sudah lama tidak melakukan survei mengenai kepuasan pelanggan. Sehingga dari kekurangan-kekurangan tersebut yang menjadi penyebab pihak PT. SJKM Medan tidak mengetahui secara pasti apa yang menjadi harapan dan kebutuhan para pelanggannya yang belum dapat mereka penuhi.

Beberapa keluhan-keluhan tersebut harus segera diambil tindakan secara cepat dan tepat dan tidak dapat dibiarkan begitu saja tanpa adanya dilakukan perbaikan, dikarenakan hal tersebut dapat mengakibatkan menurunnya jumlah pelanggan, mempengaruhi pendapatan yang diperoleh, dan dapat menurunkan reputasi PT. SJKM Medan. Adapun tujuan dengan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas jasa *service*, mengidentifikasi variabel atribut pelayanan yang dinilai tidak berkualitas/tidak sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan belum merasa terpuaskan, dan mengidentifikasi tingkat kepentingan dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. SJKM Medan dengan menggunakan metode *Service Quality* (SERVQUAL). Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas jasa *service* sepeda motor di PT. SJKM Medan, sehingga hal tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan kedepannya bagi pihak perusahaan dalam melakukan peningkatan pelayanan kearah yang lebih baik lagi.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang digunakan untuk mendukung penelitian ini diantaranya penelitian yang berjudul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan ServQual (*Service Quality*) Terhadap Pelayanan Jasa Peminjaman Dana, menunjukkan bahwa penerapan metode SERVQUAL menghasilkan persentase tingkat harapan masih lebih tinggi dari nilai persepsi dari tiap dimensinya, yaitu nilai bukti fisik (tangibel) : 93,46%, keandalan (realibility) : 94,38%, daya tanggap (responsiveness) : 94,82%, jaminan (assurance) : 91,27%, empati (empathy) : 95,76% (Ahmad Padhil et al., 2023). Selanjutnya penelitian dengan judul Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan *Service Quality* Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus: Bengkel Motor XYZ), menghasilkan temuan kesenjangan (gap) tertinggi hingga terkecil diantaranya yaitu dimensi responsiveness/daya tanggap (-0.4594), dimensi assurance/jaminan (-0.4300), dimensi reliability/keandalan (-0.3875), dimensi tangibles/bukti fisik (-0.3350), dan dimensi empathy/empati (-0.3250). Diketahui dimensi kualitas pelayanan yang paling berpengaruh dengan memiliki nilai gap terbesar yaitu dimensi responsiveness/daya tanggap (Mohammad Shohib Tri Prambudi et al., 2023).

2. METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) adalah jenis penelitian yang dilakukan dengan cara turun langsung kelapangan melihat fenomena yang terjadi dilingkungan sekitarnya, sehingga peneliti dapat mengetahui secara langsung permasalahan yang terjadi dan dengan demikian peneliti dapat memberikan solusi terbaik dalam mengatasi permasalahan tersebut. Lalu penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang mana dalam penelitian ini pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel dengan menggunakan angka yang didapat dari pengumpulan data kuesioner kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas jasa *service* PT. SJKM Medan. Dalam memperoleh data-data yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini, maka peneliti melakukan penelitian di PT. SJKM Medan yang beralamatkan di Jl. Platina No. 1 ABC Titi Papan Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20244. Periode pelaksanaan penelitian yang dimulai pada awal bulan Mei 2023 hingga awal bulan Agustus 2023.

Untuk dapat menyelesaikan penelitian ini, maka dapat peneliti jelaskan mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan dalam menyelesaikan penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan judul dan objek penelitian
Tahap pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menentukan tema dan objek penelitian dengan melakukan studi lapangan melihat permasalahan yang terjadi di PT. SJKM Medan, dan melakukan studi literatur untuk mencari sumber referensi dari artikel dan jurnal-jurnal yang berkaitan dengan judul penelitian yang ingin diangkat berdasarkan permasalahan yang ada.
- b. Merumuskan masalah dan tujuan penelitian
Setelah judul dan objek penelitian didapatkan selanjutnya adalah merumuskan masalah dan tujuan penelitian, permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas jasa *service* sepeda motor, lalu variabel atribut pelayanan apa saja yang dinilai tidak berkualitas sehingga perlu ditingkatkan, dan terakhir dimensi kualitas pelayanan apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. SJKM Medan. Sedangkan tujuannya adalah mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas jasa *service* sepeda motor, lalu mengidentifikasi variabel atribut pelayanan yang dinilai tidak berkualitas sehingga perlu ditingkatkan, dan terakhir mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT. SJKM Medan.
- c. Mengidentifikasi variabel
Selanjutnya setelah dilakukan perumusan masalah dan tujuan penelitian adalah mengidentifikasi variabel, variabel dalam penelitian ini adalah 5 dimensi kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono (2017) 5 dimensi dalam mengukur kualitas pelayanan adalah dimensi bukti fisik/*tangibles*, dimensi keandalan/*reliability*, dimensi daya tanggap/*responsiveness*, dimensi jaminan/*assurance*, dan yang terakhir dimensi empati/*emphaty*.
- d. Menentukan responden
Pada tahap menentukan responden, peneliti mendapatkan data langsung dari pihak PT. SJKM Medan mengenai jumlah pelanggan yang menggunakan jasa *service* sepeda motor periode januari – mei 2023. Data tersebut peneliti gunakan sebagai populasi pada penelitian ini, dan kemudian untuk menentukan besaran sampel responden, peneliti menggunakan rumus slovin dengan *margin of error* yang ditetapkan 10% atau 0,1.
- e. Membuat dan menyebarkan kuesioner
Setelah jumlah sampel responden diketahui maka tahap selanjutnya adalah membuat dan menyebarkan kuesioner, proses pembuatan kuesioner didasari oleh indikator-indikator pada tiap-tiap variabel dimensi *servqual*. Kemudian untuk proses penyebaran kuesioner peneliti menyebarkan kuesioner tersebut kepada pelanggan PT. SJKM Medan yang sedang melakukan *service* sepeda motor. Kemudian peneliti menggunakan *google form* sebagai media untuk mengisi kuesioner dari responden.
- f. Melakukan uji validitas
Selanjutnya setelah proses penyebaran kuesioner selesai dilakukan maka data hasil penyebaran kuesioner tersebut dilakukan uji validitas, yang mana uji validitas dilakukan untuk mengukur tingkat kevalidan atau kesahihan sebuah kuesioner. Metode uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *pearson correlation*, yang mana metode ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas/independen dengan variabel terikat/dependen. Menurut Ghazali (2011) kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel, sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka kuesioner dikatakan tidak valid.
- g. Melakukan uji reliabilitas
Selanjutnya setelah kuesioner dinyatakan valid, maka dilanjutkan dengan melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan bahwa alat ukur (kuesioner) yang digunakan dalam sebuah penelitian mempunyai keandalan sebagai alat ukur. Siregar (2010:108)

mengatakan sebuah kuesioner dapat dikatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas/*cronbach's alpha* > 0,60 sebaliknya jika nilai koefisien reliabilitas/*cronbach's alpha* < 0,60 maka kuesioner tidak reliabel.

h. Analisis *service quality* (servqual)

Tahap selanjutnya adalah tahap analisis *service quality* (servqual). Dalam melakukan analisis *service quality* terdapat beberapa tahapan. Diantaranya, menghitung nilai persepsi/kinerja responden terhadap kualitas pelayanan, menghitung nilai ekspektasi/harapan responden terhadap kualitas pelayanan, menghitung nilai skor servqual (*servqual score*), menghitung nilai tingkat kepentingan tiap dimensi servqual, menghitung nilai bobot skor servqual (*weight servqual score*), dan terakhir menghitung skor servqual aktual (*actual servqual score*).

i. Kesimpulan

Setelah hasil pengolahan data selesai dilakukan dan diperolehnya hasil penelitian, maka tahap terakhir adalah membuat kesimpulan dan saran terhadap penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas dalam penelitian ini selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 1. Hasil Uji Validitas berikut ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kuesioner

Pertanyaa n	Kepentingan			Kepuasan		
	r hitung	r tabel	Hasil	r hitung	r tabel	Hasil
Variabel Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)						
Item 1	0,338	0,1654	Valid	0,195	0,1654	Valid
Item 2	0,543	0,1654	Valid	0,537	0,1654	Valid
Item 3	0,840	0,1654	Valid	0,650	0,1654	Valid
Item 4	0,805	0,1654	Valid	0,722	0,1654	Valid
Item 5	0,420	0,1654	Valid	0,416	0,1654	Valid
Item 6	0,735	0,1654	Valid	0,492	0,1654	Valid
Item 7	0,817	0,1654	Valid	0,761	0,1654	Valid
Varibel Kehandalan (<i>Reliability</i>)						
Item 8	0,879	0,1654	Valid	0,820	0,1654	Valid
Item 9	0,855	0,1654	Valid	0,836	0,1654	Valid
Item 10	0,871	0,1654	Valid	0,673	0,1654	Valid
Item 11	0,441	0,1654	Valid	0,470	0,1654	Valid
Item 12	0,858	0,1654	Valid	0,634	0,1654	Valid
Item 13	0,856	0,1654	Valid	0,581	0,1654	Valid
Item 14	0,832	0,1654	Valid	0,796	0,1654	Valid
Variabel Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
Item 15	0,909	0,1654	Valid	0,804	0,1654	Valid

Item 16	0,907	0,1654	Valid	0,667	0,1654	Valid
Item 17	0,903	0,1654	Valid	0,641	0,1654	Valid
Item 18	0,890	0,1654	Valid	0,811	0,1654	Valid
Item 19	0,468	0,1654	Valid	0,535	0,1654	Valid
Variabel Jaminan (<i>Assurance</i>)						
Item 20	0,306	0,1654	Valid	0,555	0,1654	Valid
Item 21	0,821	0,1654	Valid	0,757	0,1654	Valid
Item 22	0,803	0,1654	Valid	0,760	0,1654	Valid
Item 23	0,748	0,1654	Valid	0,471	0,1654	Valid
Item 24	0,271	0,1654	Valid	0,642	0,1654	Valid
Item 25	0,865	0,1654	Valid	0,812	0,1654	Valid
Item 26	0,883	0,1654	Valid	0,850	0,1654	Valid
Variabel Empati (<i>Emphaty</i>)						
Item 27	0,899	0,1654	Valid	0,799	0,1654	Valid
Item 28	0,832	0,1654	Valid	0,698	0,1654	Valid
Item 29	0,863	0,1654	Valid	0,675	0,1654	Valid
Item 30	0,858	0,1654	Valid	0,752	0,1654	Valid
Item 31	0,561	0,1654	Valid	0,414	0,1654	Valid
Item 32	0,855	0,1654	Valid	0,799	0,1654	Valid
Item 33	0,855	0,1654	Valid	0,815	0,1654	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

Seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1 diatas, berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan *software* SPSS 25, maka dapat disimpulkan seluruh variabel atribut pelayanan yang berjumlah sebanyak 33 variabel mempunyai nilai koefisien korelasi (*r* hitung) lebih besar dari nilai *r* tabel (0,1654) yang artinya hasil uji validitas keseluruhan variabel atribut pelayanan tersebut dinilai valid.

2. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas berikut ini.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

No.	Jenis Data	Nilai Cronbach's Alpha (α)	Keterangan
1.	Tingkat Kepentingan	0,977	Reliabel
2.	Tingkat Kepuasan	0,957	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan *software* SPSS 25 seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* tingkat kepentingan 0,977 dan tingkat kepuasan 0,957 > 0,60 yang artinya variabel atribut pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan dinilai reliabel.

B. Analisis Service Quality (SERVQUAL)

Perhitungan kualitas pelayanan dilakukan berdasarkan nilai servqual dengan menggunakan gap 5 (kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dengan persepsi pelanggan) nilai ini diambil dari hasil penyebaran kuesioner kepada para responden perihal persepsi dan harapan mereka. Selisih antara persepsi dan harapan itulah yang disebut dengan gap atau kesenjangan kualitas pelayanan.

Berikut ini adalah tahapan-tahapan dalam melakukan analisis *service quality* (servqual):

1. Perhitungan Nilai Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Untuk dapat memperoleh nilai persepsi/kepuasan responden terhadap kualitas pelayanan yang ada di PT. SJKM Medan, maka berikut adalah rumus yang digunakan (Adetia Anim Banatul Ula, 2015):

$$\underline{X}P_{x1} = \frac{5+4+4+5+3+5+5+4+3+5+4+4+4+4+3+4+5+5+4+5+4+4+3+4+ \dots +4}{100}$$

$$= 4,31$$

Hasil perhitungan nilai persepsi/kepuasan responden terhadap kualitas pelayanan selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3 Nilai Persepsi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No. Pertanyaan	Dimensi	Persepsi
1.	Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i>	4,31
2.		4,18
3.		4,54
4.		3,93
5.		3,09
6.		4,54
7.		4,18
8.	<i>Kehandalan/Reliability</i>	4,20
9.		4,18
10.		4,32
11.		3,59
12.		4,33
13.		4,36
14.		4,18
15.	Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i>	4,15
16.		4,43
17.		4,32
18.		4,1

19.		3,63
20.		3,59
21.		4,22
22.		4,18
23.	Jaminan/ <i>Assurance</i>	4,52
24.		3,59
25.		4,25
26.		4,27
27.		4,12
28.		4,37
29.		4,48
30.	Empaty/ <i>Emphaty</i>	4,29
31.		3,15
32.		4,08
33.		4,11

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan Ms. Excel 2016

Kemudian dilakukan perhitungan nilai persepsi/kepuasan pada tiap-tiap dimensinya. Berikut adalah rumus yang digunakan (Adetia Anim Banatul Ula, 2015):

$$\begin{aligned}\bar{X}P_{Tangibles} &= \frac{4,31+4,18+4,54+3,93+3,09+4,54+4,18}{7} \\ &= 4,11\end{aligned}$$

Hasil perhitungan nilai persepsi/kepuasan responden terhadap kualitas pelayanan pada tiap-tiap dimensi selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4 Nilai Persepsi Dimensi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	Nilai Persepsi
1.	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	4,11
2.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,17
3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,13
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,09
5.	Empati (<i>Emphaty</i>)	4,09

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan Ms. Excel 2016

2. Perhitungan Nilai Harapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

Untuk dapat memperoleh nilai ekspektasi/harapan responden terhadap kualitas pelayanan yang ada di PT. SJKM Medan maka berikut adalah rumus yang digunakan (Adetia Anim Banatul Ula, 2015):

$$\underline{X}E_{x1} = \frac{5+4+4+5+3+4+5+4+4+5+5+4+3+3+5+4+5+5+4+4+5+5+3+5+ \dots +5}{100}$$

$$= 4,19$$

Hasil perhitungan nilai ekspektasi/harapan responden terhadap kualitas pelayanan selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5 Nilai Harapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No. Pertanyaan	Dimensi	Harapan
1.	Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i>	4,19
2.		4,03
3.		4,09
4.		4,06
5.		4,56
6.		4,05
7.		4,13
8.	<i>Kehandalan/Reliability</i>	4,08
9.		4,10
10.		3,97
11.		4,52
12.		4,06
13.		3,99
14.		4,18
15.	Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i>	4,01
16.		4,01
17.		4,01
18.		3,9
19.		4,19
20.	Jaminan/ <i>Assurance</i>	4,35
21.		3,92
22.		4,09
23.		4,12
24.		4,56
25.		4,06
26.		4,01

27.	Empaty/ <i>Emphaty</i>	3,85
28.		3,97
29.		4,09
30.		3,93
31.		4,33
32.		4,05
33.		4,06

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan Ms. Excel 2016

Kemudian dilakukan perhitungan nilai ekspektasi/harapan pada tiap-tiap dimensinya. Berikut adalah rumus yang digunakan (Adetia Anim Banatul Ula, 2015):

$$\begin{aligned} \underline{XE}_{Tangibles} &= \frac{4,19+4,03+4,09+4,06+4,56+4,05+4,13}{7} \\ &= 4,16 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan nilai ekspektasi/harapan responden terhadap kualitas pelayanan pada tiap-tiap dimensi selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 6 berikut.

Tabel 6 Nilai Harapan Dimensi Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	Nilai Harapan
1.	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	4,16
2.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,13
3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,02
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,16
5.	Empati (<i>Emphaty</i>)	4,04

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan Ms. Excel 2016

3. Perhitungan Nilai Kualitas Pelayanan (*Servqual Score*)

Dalam perhitungan ini akan terlihat bagaimana kualitas pelayanan dan fasilitas yang diberikan PT. SJKM Medan selama ini kepada para pelanggannya. Cara ini juga dapat menghasilkan perbaikan pada atribut pelayanan tiap-tiap dimensi yang dinilai belum dapat memberikan kepuasan para pelanggan.

Menurut Purnama (2006):

- Jika nilai gap positif (persepsi > harapan) maka layanan dikatakan *surprise* dan memuaskan.
- Jika nilai gap = 0 (persepsi = harapan) maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan.
- Jika nilai gap negatif (persepsi < harapan) maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

Untuk memperoleh nilai skor servqual dapat menggunakan rumus berikut (Adetia Anim Banatul Ula, 2015):

$$\begin{aligned}\text{Skor Servqual} &= \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Ekspetasi} \\ &= 4,31 - 4,19 \\ &= 0,12\end{aligned}$$

Hasil perhitungan nilai skor servqual responden selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Hasil Perhitungan *Servqual Score*

No. Pertanyaan	Dimensi	Persepsi (P)	Harapan (E)	Skor <i>Servqual</i> (Q)
1.	Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i>	4,31	4,19	0,12
2.		4,18	4,03	0,15
3.		4,54	4,09	0,45
4.		3,93	4,06	-0,13
5.		3,09	4,56	-1,47
6.		4,54	4,05	0,49
7.		4,18	4,13	0,05
8.	<i>Kehandalan/Reliability</i>	4,20	4,08	0,12
9.		4,18	4,10	0,08
10.		4,32	3,97	0,35
11.		3,59	4,52	-0,93
12.		4,33	4,06	0,27
13.		4,36	3,99	0,37
14.		4,18	4,18	0
15.	Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i>	4,15	4,01	0,14
16.		4,43	4,01	0,42
17.		4,32	4,01	0,31
18.		4,1	3,9	0,2
19.		3,63	4,19	-0,56
20.	Jaminan/ <i>Assurance</i>	3,59	4,35	-0,76
21.		4,22	3,92	0,3
22.		4,18	4,09	0,09
23.		4,52	4,12	0,4
24.		3,59	4,56	-0,97
25.		4,25	4,06	0,19
26.		4,27	4,01	0,26
27.	<i>Empaty/Emphaty</i>	4,12	3,85	0,27

28.		4,37	3,97	0,4
29.		4,48	4,09	0,39
30.		4,29	3,93	0,36
31.		3,15	4,33	-1,18
32.		4,08	4,05	0,03
33.		4,11	4,06	0,05

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan Ms. Excel 2016

Kemudian setelah dilakukan perhitungan skor servqual terhadap masing-masing variabel atribut pelayanan selanjutnya dilakukan perhitungan nilai skor servqual pada tiap-tiap dimensinya. Berikut adalah rumus yang digunakan (Adetia Anim Banatul Ula, 2015):

$$\begin{aligned}
 \text{Skor Dimensi Servqual} &= \text{Skor Dimensi Persepsi} - \text{Skor Dimensi Ekspetasi} \\
 &= 4,11 - 4,16 \\
 &= -0,05
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan nilai skor servqual dimensi kualitas pelayanan selengkapanya dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7 Nilai Skor Servqual Dimensi Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	Nilai Servqual
1.	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	4,11	4,16	-0,05
2.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,17	4,13	0,04
3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,13	4,02	0,11
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,09	4,16	-0,07
5.	Empati (<i>Emphaty</i>)	4,09	4,04	0,05

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan Ms. Excel 2016

Berdasarkan hasil perhitungan nilai kualitas pelayanan (*servqual score*) dari 33 variabel atribut pelayanan terdapat 25 variabel atribut pelayanan yang bernilai negatif, 1 variabel atribut pelayanan bernilai 0, dan terdapat 7 variabel atribut pelayanan yang bernilai positif. Sedangkan hasil perhitungan nilai kualitas pelayanan (*servqual score*) dari 5 dimensi servqual terdapat 3 dimensi yang bernilai positif, dan 2 dimensi servqual bernilai negatif.

4. Perhitungan Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi

Perhitungan tingkat kepentingan setiap dimensi ditujukan untuk mengetahui penjabaran mengenai dimensi-dimensi kualitas pelayanan apa saja yang dianggap paling penting oleh responden/pelanggan. Berikut ini adalah rumus untuk dapat mengetahui nilai kepentingan setiap dimensi (Satriyo Utomo, 2010).

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai Kepentingan Setiap Dimensi} &= \frac{\text{Nilai Persepsi Tiap Dimensi}}{\text{Nilai Harapan Tiap Dimensi}} / \text{Nilai Total Servqual} \times 100\% \\
 &= \frac{4,11}{4,16} / 4,99 \times 100\% \\
 &= 0,98 / 4,99 \times 100\% \\
 &= 0,1964 \times 100\% \\
 &= 19,64\%
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan nilai kepentingan setiap dimensi kualitas pelayanan selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8. Nilai Tingkat Kepentingan Tiap Dimensi Kualitas Pelayanan

No.	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	Nilai Servqual	NilaiTingkat kepentingan (%)
1.	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	4,11	4,16	0,98	19,64
2.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,17	4,13	1,00	20,04
3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,13	4,02	1,02	20,44
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,09	4,16	0,98	19,64
5.	Empati (<i>Emphaty</i>)	4,09	4,04	1,01	20,24
Total				4,99	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan Ms. Excel 2016

Berdasarkan hasil perhitungan nilai tingkat kepentingan dari tiap dimensi kualitas pelayanan maka didapatkan hasilnya, dimensi dengan nilai tingkat kepentingan tertinggi yaitu pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*), lalu yang kedua yaitu dimensi empati (*emphaty*), selanjutnya yang ketiga yaitu dimensi keandalan (*reliability*), berikutnya yang keempat yaitu dimensi jaminan (*assurance*), dan yang kelima yaitu dimensi bukti fisik (*tangibles*).

5. Weight Servqual Score (Bobot Skor Servqual)

Weight servqual score (bobot skor servqual) adalah nilai pembobotan hasil perhitungan dari perkalian nilai kualitas pelayanan tiap dimensi dengan nilai tingkat kepentingan tiap dimensi. Tujuan dari pembobotan skor servqual ini adalah untuk mengetahui dimensi apa saja yang sudah sesuai dengan harapan pelanggan sehingga harus dipertahankan dan juga untuk mengetahui dimensi apa saja yang harus diprioritaskan untuk dilakukannya perbaikan agar terciptanya kualitas pelayanan yang lebih optimal.

Satriyo Utomo (2010), mengatakan:

- a. Jika nilai bobot skor servqual bernilai positif maka dimensi kualitas pelayanan tersebut sudah sesuai dengan harapan pelanggan sehingga harus dipertahankan.
- b. Jika nilai bobot skor servqual bernilai negatif maka dimensi kualitas pelayanan tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan sehingga harus dilakukan perbaikan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan.

Berikut rumus yang dapat digunakan untuk dapat menentukan *weight servqual score* (bobot skor servqual) (Satriyo Utomo, 2010):

Bobot Skor Servqual = Nilai Tingkat Kepentingan Tiap Dimensi x Nilai Servqual Tiap Dimensi

$$= 19,64 \times (-0,05)$$

$$= -0,982$$

Hasil perhitungan nilai *weight servqual score* (bobot skor servqual) pada tiap dimensi kualitas pelayanan selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

Tabel 9 Nilai *Weight Servqual Score* (Bobot Skor Servqual)

No.	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	Nilai Servqual	Nilai Tingkat kepentingan	WSS
1.	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	4,11	4,16	-0,05	19,64	-0,982
2.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,17	4,13	0,04	20,04	0,801
3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,13	4,02	0,11	20,44	2,248
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,09	4,16	-0,07	19,64	-1,374
5.	Empati (<i>Emphaty</i>)	4,09	4,04	0,05	20,24	1,012

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan Ms. Excel 2016

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *weight servqual score* (bobot skor servqual), maka didapatkan hasilnya dimensi kualitas pelayanan yang memiliki bobot positif terbesar adalah dimensi daya tanggap (*responsiveness*), lalu yang kedua yaitu dimensi empati (*emphaty*), dan terakhir adalah dimensi keandalan (*reliability*). Sedangkan untuk dimensi servqual yang memiliki bobot negatif terbesar adalah dimensi jaminan (*assurance*), lalu disusul oleh dimensi bukti fisik (*tangibles*).

6. Actual Servqual Score (Skor Servqual Aktual)

Actual servqual score (skor servqual aktual) merupakan persentase dari nilai yang diperoleh dengan cara membandingkan antara nilai persepsi dengan nilai ekspektasi dari dimensi kualitas pelayanan.

Ahmad Padhil et al., 2023, mengatakan:

- Jika nilai skor servqual aktual < 100% maka dapat dikatakan dimensi servqual belum memenuhi harapan pelanggan.
- Jika nilai skor servqual aktual = 100% maka dapat dikatakan dimensi servqual sudah memenuhi harapan pelanggan.
- Jika nilai skor servqual aktual > 100% maka dapat dikatakan dimensi servqual melebihi harapan pelanggan.

Untuk dapat memperoleh nilai *actual servqual score* (skor servqual aktual) dapat menggunakan rumus berikut (Ahmad Padhil et al., 2023) :

$$\begin{aligned}\text{Skor Servqual Aktual} &= \frac{\text{Nilai Persepsi}}{\text{Nilai Ekspektasi}} \times 100\% \\ &= \frac{4,11}{4,16} \times 100\% \\ &= 0,9879 \times 100\% \\ &= 98,79\%\end{aligned}$$

Hasil perhitungan nilai *actual servqual score* (skor servqual aktual) pada tiap dimensi kualitas pelayanan selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 10 berikut.

Tabel 10 Nilai *Actual Servqual Score* (Skor Servqual Aktual)

No.	Dimensi	Nilai Persepsi	Nilai Harapan	ASS (%)
1.	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	4,11	4,16	98,79
2.	Keandalan (<i>Reliability</i>)	4,17	4,13	100,96
3.	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	4,13	4,02	102,73
4.	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,09	4,16	98,31
5.	Empati (<i>Emphaty</i>)	4,09	4,04	101,23

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner dengan Ms. Excel 2016

Berdasarkan hasil perhitungan nilai *actual servqual score* (skor servqual aktual) pada tiap dimensi kualitas pelayanan, maka didapatkan hasilnya dimensi servqual yang memiliki nilai *actual servqual score* lebih dari 100% yaitu dimensi daya tanggap (ressponsivenes), lalu yang kedua yaitu dimensi

dimensi empati (*emphaty*), dan yang ketiga yaitu dimensi keandalan (*reliability*). Sedangkan nilai *actual servqual score* dibawah 100% yaitu dimensi bukti fisik (*tangibles*), dan dimensi jaminan (*assurance*).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai kualitas pelayanan dan fasilitas jasa *service* sepeda motor di PT. SJKM Medan terhadap kepuasan pelanggan, maka didapatkan hasilnya sebagai berikut:

- a. Terdapat 3 dimensi *servqual* yang bernilai $> 100\%$, artinya pelayanan melebihi dari harapan pelanggan/pelanggan merasa puas. 3 dimensi tersebut diantaranya:
 - Dimensi Keandalan/*Reliability*.
 - Dimensi Daya Tanggap/*Responsiveness*.
 - Dimensi Empati/*Emphaty*.
 Sedangkan 2 dimensi sisanya bernilai $< 100\%$, artinya pelayanan belum memenuhi harapan pelanggan/pelanggan belum merasa puas sehingga harus dilakukan perbaikan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di PT. SJKM Medan. 2 dimensi tersebut diantaranya:
 - Dimensi Bukti Fisik/*Tangibles*.
 - Dimensi Jaminan/*Assurance*.
- b. Terdapat 7 variabel atribut pelayanan yang bernilai negatif, artinya 7 variabel atribut pelayanan tersebut dinilai tidak berkualitas dan tidak memuaskan pelanggan sehingga perlu ditingkatkan.
- c. Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kepentingan setiap dimensi kualitas pelayanan. Maka didapatkan hasilnya, dimensi yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan fasilitas jasa *service* sepeda motor di PT. SJKM Medan berdasarkan urutan tingkat kepentingannya adalah sebagai berikut:
 - Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*).
 - Dimensi Empati (*Emphaty*).
 - Dimensi Keandalan (*Reliability*).
 - Dimensi Jaminan (*Assurance*).
 - Dimensi Bukti Fisik (*Tangibles*).

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada kedua orang tua peneliti yang selama ini selalu memberi dukungan kepada peneliti hingga peneliti bisa berada pada tahap ini. Kemudian terimakasih juga peneliti ucapkan kepada dosen pembimbing yang telah bersedia melakukan bimbingan kepada peneliti, sehingga karya tulis ini dapat peneliti selesaikan tepat waktu. Dan terakhir ucapan terimakasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah memberikan peneliti kesempatan dalam pembuatan penelitian ini.

REFERENSI

- [1] Ghozali, Imam. 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 19. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [2] Nursya'bani Purnama, 2006, *Manajemen Kualitas Perspektif Global*, Ekonisia, Yogyakarta.

- [3] Pambudi, M. S. T., & Widyaningrum, D. (2023). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Service Quality dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus: Bengkel Motor XYZ). *G-Tech: Jurnal Teknologi Terapan*, 7(3), 1207-1217.
 - [4] Rini, A. S., Padhil, A., Saleh, A., & Anugrah, K. (2023). ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MENGGUNAKAN SERVQUAL (SERVICE QUALITY) TERHADAP PELAYANAN JASA PEMINJAMAN DANA. *JURNAL MANAJEMEN REKAYASA DAN INOVASI*.
 - [5] Siregar, S. (2010). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
 - [6] Tjiptono, F. (2017). *Service, quality, dan satisfaction*.
 - [7] Ula, A. A. B. (2015). *Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode SERVQUAL dan AHP (Studi Kasus: Pasien Rawat Inap Kelas Tiga di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Salatiga)* (Doctoral dissertation, Program Studi Sistem Informasi FTI-UKSW).
 - [8] Utomo, Sariyo (2010). *ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. X DENGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL* (Strata-1 skripsi, Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik-UI).
-