
**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN JASA AIR CONDITIONER DI CV KERTAJAYA ELEKTRONIK
MENGUNAKAN METODE *SERVQUAL***

Vani Himawan Pambudi¹, Mochammad Singgih²

Program Studi Teknik Industri, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

vani.pambudi@gmail.com¹, singgih@untag-sby.ac.id²

ABSTRAK

Salah satu perusahaan yang menyediakan jasa perbaikan AC di Kota Surabaya di Jl. Arief Rachman Hakim 152 Perum Galaksi Bumi Permai B1 B-1/9, Surabaya adalah Cv. Kertajaya Elektronik. Cv. Kertajaya Elektronik adalah pahlawan untuk menyediakan jasa perbaikan AC atau instalasi ac baru untuk rumah, kantor, gereja, dan lain-lain. Cv. Kertajaya Elektronik menyediakan perawatan berkala dan damage untuk AC di rumahrumah dan gedung perkantoran, kemudian juga memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan yang mengutamakan kualitas baik dalam pemasangan maupun perbaikan atau perbaikan AC. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dengan menggunakan metode servqual yang terdiri dari tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance terhadap kepuasan pelanggan, dan aspek apa saja yang merupakan perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan AC di Cv. Kertajaya Elektronik di Jl. Arief Rachman Hakim 152 Perum Galaksi Bumi Permai B1 B-1/9, Surabaya. Dari analisis Indeks Kepuasan Pelanggan, diketahui bahwa pelanggan tidak puas dengan layanan Cv. Kertajaya Elektronik dilihat dari hasil analisis gap menunjukkan pelayanan Cv. Kertajaya Elektronika dilihat dari hasil analisis gap menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara persepsi pelanggan terhadap Responsive (2,81), Empaty (-2,67), Assurance (-1,89), Tangible (-1,28), Reliability (-0,63).

Kata Kunci: Persepsi, Harapan, Kepuasan, Servqual.

ABSTRACT

One of the companies that provide AC repair services in the city of Surabaya on Jl. Arief Rachman Hakim 152 Perum Galaxy Bumi Permai B1 B-1/9, Surabaya is Cv. Kertajaya Elektronik. Cv. Kertajaya Elektronik is here to provide AC repair services or new ac installation for homes, offices, churches, and others. Cv. Kertajaya Elektronik provides periodic maintenance and damage to air conditioners in these homes and office buildings, then also provides services to customers with the aim of providing satisfaction that prioritizes quality both in installation and repair or repair of air conditioner. The purpose of this study is to determine how the effect of service quality using the servqual method which consists of tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance on customer satisfaction, and what aspects are improvements to improve the quality of air conditioning services at Cv. Kertajaya Elektronik on Jl. Arief Rachman Hakim 152 Perum Galaxy Bumi Permai B1 B-1/9, Surabaya. From the Customer satisfaction index analysis, it is known that customer are dissatisfied with the services of Cv. Kertajaya Elektronik seen from the gap analysis result show the services of Cv. Kertajaya Electronics seen from the

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS...

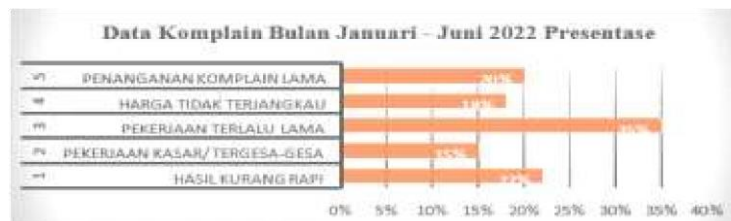
gap analysis results show that there is a difference between customer perceptions of *Responsive* (-2,81), *Empaty* (-2,67), *Assurance* (-1,89), *Tangible* (-1,28), *Reliability* (0,63).

Keywords: Perception, Expectations, Satisfaction, Servqual.

PENDAHULUAN

Meningkatkan layanan yang ditawarkan akan meningkatkan banyak perhatian kepada perusahaan. Kualitas layanan dapat digunakan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Implementasi perusahaan di aspek jasa adalah memberi servis yang berkualitas kepada pelanggan guna menciptakan kepuasan pelanggan dengan kualitas yang akan diberikan. Seringkali mutu layanan yang diberikan perusahaan (Tjiptono, 2004:41).

Cv. Kertajaya Elektronik adalah sebuah perusahaan beralamatkan di Jl. Arief Rachman Hakim 152 Perum Galaxy Bumi permai B1 B-1/9, Surabaya. Perusahaan ini berdisi sejak 1987 bergerak dalam bidnag kontraktor ac dan melayani jasa perawatan ac, Melayani pemasangan ac mulai dari splitwall sampai Vrv dengan kapasitas ac yang bermacam-macam, di era saat ini dalam dunia bisnis persaingan sangat ketat sehingga Cv. Kertajaya Elektronik ingin meningkatkan pelayanan agar memenuhi tingkat kepuasan konsumen sehingga bisa menjadi pioneer dari competitor dengan bisnis yang sama khususnya jasa perawatan dan pemasangan ac. Berikut tabel managemen yang terkait dengan konsumen dan tolak ukur prosentase keahlian.



Gambar 1.1 Data Komplain Bulan Januari – Juni 2022

Dilihat dari tabel banyaknya komplain di atas mendorong perusahaan untuk melakukan penelitian kepuasan konsumen dengan cara menyebar quisioner agar lebih atau banyak apa yang di butuhkan konsumen agar tetap percaya dan nyaman untuk menggunakan jasa ac di Cv. Kertajaya Elektronik.

METODE

Metode *servqual* digunakan untuk membantu pekerja dan manajer menganalisis sumber permasalahan kualitas dan mencari solusi perbaikan kualitas pelayanan. Tujuan dari penggunaan dimensi *serice quality* untuk penilaian kesenjangan untuk mengerjakan tindakan pembenahan berisi penanggulangan dan peningkatan taraf fasilitas jasa yang dipergunakan sebagai pengganti untuk memperbaiki mutu pelayanan jasa yang mengarah terhadap kepuasan pelanggan, siasat perusahaan untuk menguatkan *Total Quality Service*.

Berikut untuk Menghitung Skor *servqual* dapat menggunakan rumus berikut [1]

$$\text{Skor } \textit{Servqual} = \text{Skor Presepsi} - \text{Skor Harapan}$$

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS...

realibilitas yang tinggi pada hasil penelitian. Peneliti bisa menerapkan metode *Croanbach* untuk pengukuran interval kuesioner masing – masing atribut masalah yang menerangkan butir atribut pertanyaan pada skala berangkai dengan lainnya. Kebanyakan rumus dipakai untuk menghitung reliabilitas alfa ialah:

$$r_{11} = k \frac{\sigma_{ob}^2}{\sigma^2} - 1(1 - \sigma^2)$$

(2)

penjelasan:

r_{11} = Reliabilitas

k = Banyak persoalan

σ_{ob}^2 = Jumlah varian σ^2

= Varian total

bertambah banyak hasil α cronbach yang diperoleh, lantas bertambah tinggi kualitas reliabilitas observasi yang dikerjakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data pelanggan

Tahap pengumpulan data ini dilakukan menggunakan cara menyebar kuesioner ke konsumen menggunakan media sosial Gmail menggunakan google form kepada kustomer yang pernah menggunakan jasa perawatan dan pemasangan pada hasil penyebaran kuesioner yang nantinya akan dibuat suatu rekapitulasi data.

Dimensi – ialah kualitas layanan tersebut merupakan variable yang akan di teliti, dimana setiap variable memiliki indikasi yang akan disamakan dengan permasalahan kepuasan pelanggan Cv. Kertajaya Elektronik. Indikasi dari masing – masing variabel disusun dalam kuisisioner agar bisa membandingkan presepsi dan harapan yang di dasarkan pada *level of importance*. Dibawah ini merupakan bagian – bagian dari kuesioner, yaitu:

1. Kuisisioner tingkatkualitas layanan konsumen berupa presepsi dan harapan dari konsumen sengan definisi operasional variable pertanyaan dibawah ini: Dari tabel 4.1 terdapat 15 atribut pertanyaan terdiri dari 5 penilaian *Skala Likert*, yaitu:

1. (TP) = Tidak Puas
2. (KP) = Kurang Puas
3. (CP) = Cukup Puas
4. (P) = Puas
5. (SP) = Sangat Puas

Tabel 1 Kuisisioner

No	Daftar Pertanyaan	Harapan					Kinerja				
		TP	KP	CP	P	SP	TP	KP	CP	P	SP
Tangible (Bukti Fisik)											

1	Tata letak ac baik dan rapi										
2	Suhu ruangan nyaman										
3	Karyawan yang berpenampilan rapi										
Reliability (Kehandalan)											
4	Penggunaan alat kerja yang sesuai sop										
<hr/>											
No	Pertanyaan	Harapan Daftar					Kinerja				
		TP	KP	CP	P	SP	TP	KP	CP	P	SP
<hr/>											
5	Kemampuan pegawai dalam menjawab pertanyaan pelanggan										
6	Kualitas barang yang diberikan telah sesuai dengan yang ditawarkan										
Responsiveness (Daya tangkap)											
7	Respon yang cepat saat menerima keluhan dari konsumen										
8	Kemampuan menganalisa dan perbaikan dengan cepat										
9	Teknisi yang sigap melayani customer										
Asurance (Jaminan)											
10	Petugas teknisi mempunyai pengetahuan dan mampu memberikan informasi										
11	Garansi unit ac										
12	Teknisi menggunakan SOP yang dilakukan dengan baik										
Empaty (Empati)											
13	Teknisi bersikap ramah, sopan, dan rapi memberikan pelayanan										

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS...

14	Pelayanan pada pelanggan tidak membedakan status sosial
15	Teknisi bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan

Analisis Gap

Analisis ini akan membahas tentang atribut yang mempengaruhi kualitas layanan maintenance ac di Cv. Kertajaya Elektronik. Hasil *gap* diperoleh menggunakan cara mengurangi perbandingan persepsi dan harapan, selanjutnya dari tingkat kepuasan akan di dapatkan hasil kualitas yang bisa dilihat, seperti dibawah ini:

Berikut ini kategori layanan *Gap* berdasarkan selisih skor:

1. Bila *Gap* negative (Presepsi < Harapan), pelayanan tidak memuaskan dan berkualitas.
2. Bila *Gap* sama (Presepsi = Harapan), pelayanan dinyatakan berkualitas.
3. Bila *Gap* positif (Presepsi > Harapan), Pelayanan dinyatakan memuaskan
 - a) Bila *Gap* bernilai ≤ 0 : Pelayanan memuaskan
 - b) Bila *Gap* bernilai $0 - (-0,15)$: Pelayanan Hampir Memuaskan
 - c) Bila *Gap* bernilai $(-0,15) - (-1,0)$: Pelayanan Kurang Memuaskan
 - d) Bila *Gap* bernilai $> -1,0$: Pelayanan Tidak Memuaskan

Setelah selesai melakukan perhitungan dari tabel 4.4 dan 4.5 untuk mencari skor persepsi dan harapan, maka langkah selanjutnya ialah analisa hasil *Gap* di antara hasil perhitungan variable persepsi dan harapan, untuk mencari kesenjangan (*Gap*) kelima dimensi *Servqual* memakai rumus seperti dibawah ini:

$$Q = P - E \tag{3}$$

Dimana:

Q = *Quality of service* (keunggulan layanan)

P = Presepsi (Persepsi)

E = Ekspektasi (Harapan)

Tabel 2 Hasil analisis *Gap*

No	Variable	Presepsi		Harapan	
		(P)	Rangking	(H)	<u>(Q)</u>
X8	Kemampuan menganalisa dan perbaikan dengan cepat	2,84	1	4,12	-1,28

X14	Pelayanan pada pelanggan tidak membedakan status sosial	2,71	2	3,87	-1,16
X13	Teknisi bersikap ramah, sopan, dan rapi	2,9	3	4	-1,1
X9	memberikan pelayanan				
X9	Teknisi yang sigap melayani customer	2,75	4	3,81	-1,06
X1	Tata letak ac baik dan rapi	2,06	5	2,81	-0,75
X10	Petugas teknisi mempunyai pengetahuan dan mampu memberikan informasi	3,4	6	4,06	-0,66
X12	Teknisi menggunakan SOP yang dilakukan dengan baik	3,37	7	4	-0,63
X11	Garansi unit ac	3,21	8	3,81	-0,6
X7	Respon yang cepat saat menerima keluhan dari pelanggan	3,4	9	3,87	-0,47
X15	Teknisi bertanggung jawab atas kenyamanan pelanggan	3,4	10	3,81	-0,41
X3	Karyawan yang berpenampilan rapi	2,03	11	2,34	-0,31
X4	Penggunaan alat kerja yang sesuai sop	2,59	12	2,87	-0,28
X6	Kualitas barang yang diberikan telah sesuai dengan yang ditawarkan	2,06	13	2,31	-
X2	Suhu ruangan nyaman	1,9	14	2,12	-
X5	Kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan	2,43	15	2,53	-0,1
Total Gap		41,05		50,33	
Rata – rata		2,7		3,3	
					<u>-9,3</u>

Dari hasil tabel persepsi pelanggan rata – rata tidak memuaskan dari harapan pelanggan, Pada setiap variable layanan bernilai negative dengan hasil nilai persepsi rata – rata 2,7 lebih kecil dari nilai harapannya yaitu 3,3. Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai gap kepuasan pelanggan tergolong tidak memuaskan akan dilanjutkan dalam penyusunan *Voice of customer* dengan urutan *Gap* yang tertinggi.

Analisis Data *Service Quality*

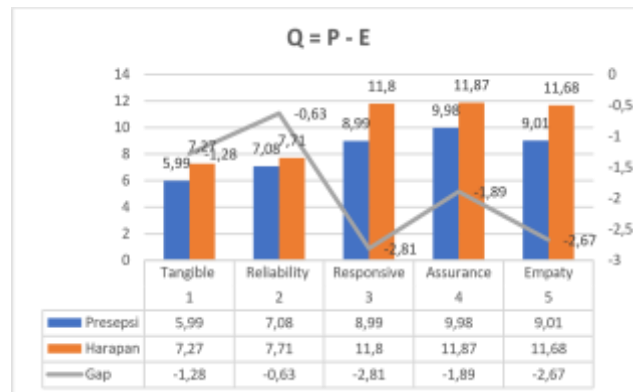
Dari hasil perhitungan data yang sudah diperoleh terdapat *Gap* (kesenjangan) pada semua variable layanan dimensi *Service quality*. Dimensi yang memiliki nilai *Gap* yang tertinggi yaitu *Responsiveness, Empaty, Asurance Tangible, Reliability*.

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS...

Tabel 3 Hasil analisis *Gap* setiap dimensi *Servqual*

NO	Dimensi <i>Servqual</i>	Presepsi	Harapan	Gap
1	Tangible	5,99	7,27	-1,28
2	Reliability	7,08	7,71	-0,63
3	Responsive	8,99	11,8	-2,81
4	Assurance	9,98	11,87	-1,89
5	Empaty	9,01	11,68	-2,67

Hasil ini menunjukkan bahwa pada bagian maintenance tidak memnuhi keinginan pelanggannya. Dengan melihat dari *gap* tiap dimensi *Servqual* dimana yang memiliki hasil *Gap* tertinggi yaitu dimensi *Servqual responsiveness*, *Empaty*, *Asurance*, *Tangible*, *Reliability*. Hasil perhitungan *Gap* terlihat pada 4.1 dibawah ini:



Gambar 2 Diagram $Q = P - E$

Berdasarkan pada gambar 2 menyimpulkan bahwa bagian *Service maintenance* berdasarkan 5 dimensi *Servqual* dinyatakan bahwa yang mempunyai potensi dan menjadi prioritas perbaikan utama dalam kualitas pelayanan adalah dimensi *Responsive* memiliki skor gap (-2,81) dan dimensi *Empaty* memiliki skor gap (-2,67) selanjutnya disusul dimensi lain dari dimensi *Service Quality*.

KESIMPULAN

Berikut ini adalah hasil studi yang dilakukan dengan menyebarkan pertanyaan kepada publik dan mengumpulkan informasi tentang berbagai aspek:

1. Dilihat dari *gap* dengan 5 dimensi *Servqual* menunjukkan seluruh hasil dimensi menghasilkan tingkat kurang memuaskan pelanggan, sehingga perlu adanya perbaikan pelayanan agar dapat memnuhi tingkat kepuasan pelanggan di bagian *Service maintenance*.
2. Hasil penelitian dengan metode *Servqual* untuk mencari *Gap* dapat di ambil kesimpulan bahwa dari semua faktor dimensi *Servqual* perlu diperbaiki dengan prioritas atribut yang perlu di perbaiki dengan segera yaitu kemampuan menganalisa dan perbaikan dengan cepat (-1,28), pelayanan pada pelanggan tidak membedakan status sosial (-1,16), teknisi bersikap ramah, sopan, dan rapi

memberikan pelayanan (-1,1), teknisi yang sigap melayani pelanggan (-1,06), dan tata letak ac baik dan rapi (-0,75).

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. N., & Arifin, Z. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1).
- Bodroastuti, T. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Sido Muncul Semarang. *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1).
- Haryanto, M. V. (2013). Analisa Pengaruh kepercayaan terhadap tenaga penjual (trust in employee), dan kepercayaan terhadap merek (trust in brand) terhadap niat beli (purchase intention) konsumen pada Bernini furniture di Surabaya, dan Semarang. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-12.
- Indriaty, L. (2016). Pelayanan Jasa Atas Dimensi Empat Kepuasan Konsumen. *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, 4(1).
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT Gramedia.
- Khotimah, K., & Chasanah, U. (2015). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mato Kopi* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Hidayat, A. C. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus di Universitas Azzahra Jakarta). *Majalah Ilmiah Bijak*, 13(2), 187-209.
- Risinger, J. I., Maxwell, G. L., Chandramouli, G. V., Aprelikova, O., Litzi, T., Umar, A., ... & Barrett, J. C. (2005). Gene expression profiling of microsatellite unstable and microsatellite stable endometrial cancers indicates distinct pathways of aberrant signaling. *Cancer research*, 65(12), 5031-5037.
- SANJAYA, S., & PRATIWI, N. (2018). Pengaruh people, process, dan physical evidence terhadap kepuasan atas pelayanan pada perbankan syariah di kota Padang. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, 3(2), 193201.
- Susilo, E. (2010). Analisis pengaruh relationship marketing terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan: studi kasus pelanggan yang pernah dan sedang menggunakan flexi di kata bogor.