

PENINGKATAN KUALITAS JASA PELAYANAN DENGAN METODE SERVQUAL DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT

(Studi Kasus pada PT. Plaza Auto Prima Cabang Green Garden, Jakarta)

Nofi Erni¹, Iphov Kumala Sriwana² Debby Karisa³

^{1,2}Staf Pengajar Jurusan Teknik Industri Universitas Esa Unggul, Jakarta

³Mahasiswa Program Studi Teknik Industri Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: debby.karisa@gmail.com

ABSTRAK

PT. Plaza Auto Prima dikenal sebagai Toyota Plaza adalah salah satu dealer resmi Toyota di Indonesia, salah satunya menyediakan layanan di bidang pemeliharaan dan perbaikan kendaraan roda empat. Jumlah pesaing serupa berbagai layanan dan menawarkan mirip dengan Toyota Plaza bisa menjadi ancaman bagi perusahaan jika perusahaan tidak dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di Plaza Toyota dengan melakukan wawancara, observasi, dan mendistribusikan kuesioner untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, kesenjangan antara persepsi dan harapan, dan mengusulkan perbaikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Service Quality (SERVQUAL), Importance-Performance Analysis (IPA) dan Matriks House of Quality (HOQ). Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, konsumen merasa cukup puas atas kualitas jasa di Plaza Toyota cabang Green Garden dengan indeks kepuasan sebesar 63%. Dan Berdasarkan voice of customer maka yang menjadi prioritas technical responses dengan nilai tertinggi adalah meningkatkan kualitas pelayanan secara kontinyu, pemberian reward dan punishment dan menciptakan karyawan terampil dan potensial.

Kata kunci: SERVQUAL, IPA, HOQ

ABSTRACT

PT. Plaza Auto Prima known as the Toyota Plaza is one of the authorized dealer of Toyota in Indonesia, one of which provides services in the areas of maintenance and repair of four-wheeled vehicles. The number of competitors offering similar services and similar to the Toyota Plaza bias a threat to the company if the company is not able to maintain and improve customer satisfaction. The research was conducted at the Plaza Toyota to conduct interviews, observations, and distribute a questionnaire to measure the level of customer satisfaction, the gap between perceptions and expectations, and suggest improvements. The method used in this study is Service Quality (SERVQUAL), Importance-Performance Analysis (IPA) and the Matrix House of Quality (HOQ). From the research that has been done, consumers are quite satisfied with the quality of services at Green Garden Plaza Toyota branch satisfaction index by 63%. And based on the voice of the customer so that prioritas technical responses with the highest score are continuously improve the quality of service, provision of reward and punishment and Creating skilled employees and potential.

Keywords: SERVQUAL, IPA, HOQ

PENDAHULUAN

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa, PT. Plaza Auto Prima yang dikenal dengan nama Plaza Toyota memberikan pelayanan dalam bidang penjualan mobil, perawatan dan perbaikan berbagai tipe kendaraan Toyota. Salah satu bentuk pelayanan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu pelayanan dalam hal perawatan dan perbaikan kendaraan pada PT. Plaza Auto Prima cabang Green Garden.

Jumlah kompetitor sejenis yang banyak dan menawarkan jasa yang serupa dengan Plaza Toyota dapat menjadi ancaman bagi perusahaan apabila perusahaan tidak mampu menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumennya. Salah satu cara untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dengan memberikan pelayanan jasa yang lebih baik dibandingkan kompetitor lain.

Strategi kepuasan pelanggan harus didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan

pelanggan [1]. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pengukuran terhadap persepsi dan harapan terhadap kualitas jasa perawatan dan perbaikan kendaraan saat ini di PT. Plaza Auto Prima cabang Green Garden dan ditentukan strategi yang diperlukan dalam peningkatan kualitas jasa tersebut dengan mengintegrasikan metode SERVQUAL dan *Quality Function Deployment* (QFD).

TINJAUAN PUSTAKA

Service Quality (SERVQUAL)

SERVQUAL adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan, dengan menyebarkan kuisioner terhadap responden yang akan menyatakan ekspektasi dan persepsinya terhadap beberapa kriteria layanan yang diukur. Kelima dimensi SERVQUAL yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*[2].

Importance-Performance Analysis

IPA merupakan suatu teknik untuk mengukur atribut kepentingan dan performa. IPA akan dilakukan dengan terlebih dahulu membuat diagram *Importance-Performance* yang akan menghubungkan nilai tingkat kepentingan dan performa. Selanjutnya diagram akan dibagi menjadi empat kuadran, berikut keterangannya [3]:

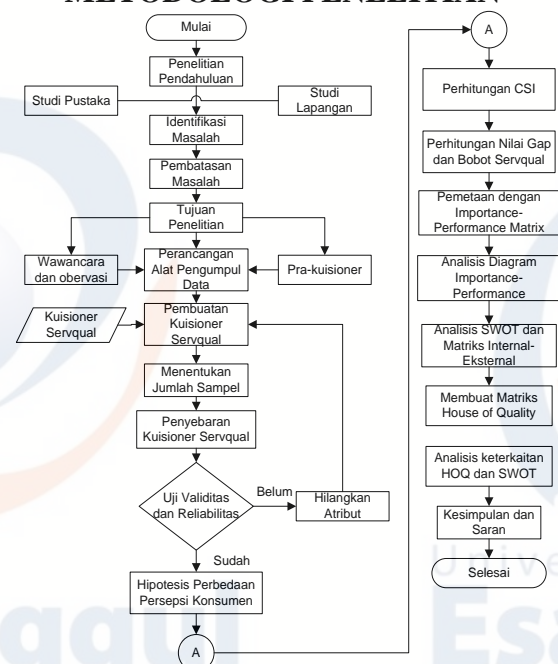
1. Kuadran I menunjukkan bahwa atribut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, tetapi tingkat performa dari atribut tersebut rendah.
2. Kuadran II menunjukkan bahwa atribut memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan tingkat performa dari atribut tersebut tinggi juga.
3. Kuadran III menunjukkan bahwa atribut memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan tingkat performa dari atribut tersebut rendah juga.
4. Kuadran IV menunjukkan bahwa atribut memiliki tingkat kepentingan

yang rendah dan tingkat performa dari atribut tersebut tinggi.

Matriks House of Quality (HOQ)

Matriks House of Quality merupakan bentuk representasi QFD. Bentuk umum dari matriks HOQ terdiri dari enam komponen utama yaitu *Voice of Customer*, *Technical Response*, *Relationship Matrix*, *Planning Matrix*, *Technical Correlation Matrix*, *Technical Priorities*, *Benchmarks*, dan *Targets*[4].

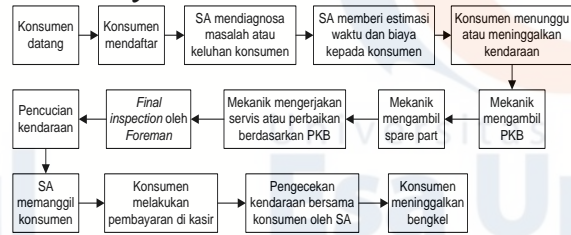
METODOLOGI PENELITIAN



Gambar 1. Diagram alir penelitian

Penelitian dilakukan pada bagian pelayanan perawatan dan perbaikan kendaraan beroda empat di PT. Plaza Auto Prima cabang Green Garden yang beralamat di Jalan Panjang No. 25, Jakarta Barat. Waktu penelitian dilakukan selama bulan September 2012 sampai dengan bulan Desember 2012. Diagram alir penelitian yang menjelaskan sistematisa tahapan dalam metodologi penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN
Service Cycle PT. Plaza Auto Prima



Gambar 2. Service cycle PT. Plaza Auto Prima (2012)

Service cycle industri jasa perawatan dan perbaikan kendaraan beroda empat pada PT. Plaza Auto Prima menjelaskan serangkaian siklus jasa perawatan atau perbaikan kendaraan mulai dari awal

konsumen berinteraksi dengan perusahaan hingga selesai. Service cycle PT. Plaza Auto Prima dapat dilihat pada Gambar 2.

Perancangan Kuesioner SERVQUAL

Atribut dalam kuesioner SERVQUAL didapatkan dari penyebaran pra-kuesioner kepada 30 responden. Kuesioner SERVQUAL mencakup bagian mengenai harapan konsumen, persepsi konsumen, serta bobot untuk masing-masing dimensi SERVQUAL. Atribut-atribut yang terdapat pada kuesioner SERVQUAL dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Atribut SERVQUAL

Kode	Atribut
T1	Kebersihan dan kerapihan ruang pendaftaran, toilet, area kerja bengkel, area sekitar bengkel
T2	Kenyamanan, kelengkapan fasilitas & kapasitas ruang tunggu
T3	Kelengkapan spare part
T4	Kebersihan kendaraan setelah service / perbaikan
T5	Petunjuk arah area parkir, tempat pendaftaran, ruang tunggu, toilet dan tempat penyerahan kendaraan
E1	Follow up dari pihak bengkel setelah service / perbaikan
E2	Service Advisor memberi masukan dan penjelasan mengenai masalah yang dihadapi pelanggan
E3	Pemberian informasi mengenai status kendaraan selama service atau perbaikan
E4	Sambutan saat kedatangan pelanggan
R1	Kecepatan dan ketepatan waktu penyerahan kendaraan setelah service/perbaikan
R2	Kesungguhan dan keandalan bengkel dalam menyelesaikan service / perbaikan kendaraan
R3	Ketersediaan data historis / sistem pencatatan yang baik saat service / perbaikan kendaraan
R4	Kemudahan, kecepatan, dan ketepatan sistem pembayaran
RS1	Kemudahan dalam mendaftar atau membuat janji service/ perbaikan kendaraan
RS2	Kemudahan dalam proses penyerahan kendaraan setelah service / perbaikan
RS3	Penjelasan yang baik mengenai service / perbaikan, biaya, dan estimasi waktu
A1	Kemampuan Service Advisor dalam mendiagnosa masalah / keluhan pelanggan
A2	Staff bengkel sopan dan ramah
A3	Garansi yang diberikan setelah service / perbaikan kendaraan
A4	Pengecekan kendaraan bersama pelanggan saat penyerahan kendaraan

Uji Validitas dan Reliabilitas

Data hasil kuesioner responden sebanyak 60 responden diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan software SPSS 18.0 dengan α sebesar 5% dan $df = 58$. Melalui pengujian tersebut, diketahui bahwa setiap atribut pertanyaan kuesioner adalah valid dan reliabel. Nilai r tabel adalah sebesar 0,2144. Tiap atribut memiliki nilai r hasil yang positif dan lebih besar dari nilai r tabel sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap atribut

sudah valid. Suatu atribut dikatakan reliabel apabila nilai r alpha $> 0,6$. Nilai r alpha untuk setiap atribut $> 0,6$ sehingga dapat dinyatakan bahwa setiap atribut adalah reliabel.

Uji Wilcoxon Perbedaan Persepsi Konsumen saat Weekdays dan Weekend

Tabel 2. Hasil uji Wilcoxon perbedaan persepsi saat *weekdays* dan *weekend*

Test Statistics ^b	
Weekend - Weekdays	
Z	-1.424 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.154

Pengujian Wilcoxon dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 18.0 dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel2.

Hipotesis pengujian Wilcoxon adalah sebagai berikut:

H_0 = Persepsi konsumen saat *weekdays* dan *weekend* tidak berbeda secara signifikan.

H_1 = Persepsi konsumen saat *weekdays* dan *weekend* berbeda secara signifikan.

H_0 diterima apabila $-1.96 < Z_h < 1.96$. Nilai Z yang didapat dari hasil uji Wilcoxon adalah sebesar -1.424 dimana nilai Z berada di dalam batas kritis penerimaan H_0 , sehingga dinyatakan terima H_0 yang berarti bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi konsumen saat *weekdays* maupun *weekend*.

Customer Satisfaction Index (CSI)

Tabel perhitungan CSI dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perhitungan CSI

Atribut	Nilai Persepsi	Jumlah Responden	Mean Importance Score	Weight Factors (%)	Weight Score (%)
T1	258	60	4.30	5.43	17.03
T2	260	60	4.33	5.47	17.16
T3	248	60	4.13	5.22	16.37
T4	235	60	3.92	4.94	15.51
T5	264	60	4.40	5.55	17.42
E1	226	60	3.77	4.75	14.92
E2	230	60	3.83	4.84	15.18
E3	224	60	3.73	4.71	14.78
E4	226	60	3.77	4.75	14.92
R1	218	60	3.63	4.59	14.39
R2	248	60	4.13	5.22	16.37
R3	254	60	4.23	5.34	16.76
R4	253	60	4.22	5.32	16.70
RS1	224	60	3.73	4.71	14.78
RS2	219	60	3.65	4.61	14.45
RS3	229	60	3.82	4.82	15.11
A1	227	60	3.78	4.78	14.98
A2	262	60	4.37	5.51	17.29
A3	218	60	3.63	4.59	14.39
A4	231	60	3.85	4.86	15.25
Total			79.23		313.76
Rata-rata			3.96		

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 3, jumlah *weight score* sebesar 313,76% dengan *highest scale* sebesar 5. Oleh karena itu nilai CSI didapatkan dengan membagi jumlah *weight score* dengan *highest scale* dan didapatkan nilai CSI sebesar 62,75%. Mengacu pada kriteria nilai CSI, maka kepuasan

konsumen Plaza Toyota cabang Green Garden tergolong cukup puas dan belum mencapai titik kepuasan maksimal, oleh karena itu perusahaan memerlukan perbaikan-perbaikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan menjaga loyalitas pelanggan.

Perhitungan SERVQUAL

Hasil perhitungan GAP dimensi SERVQUAL menunjukkan bahwa terdapat 18 atribut yang memiliki nilai

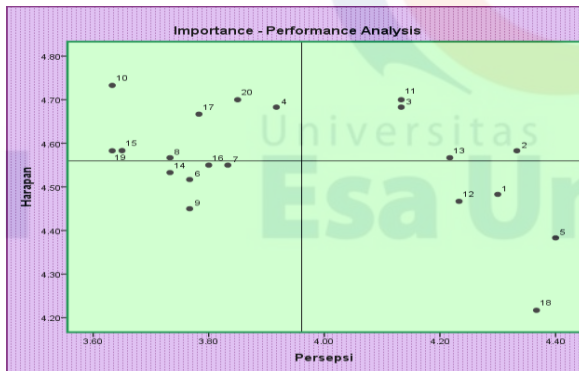
gap negatif dan terdapat 2 atribut yang memiliki nilai gap positif. Hasil perhitungan gap persepsi dan harapan konsumen dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Perhitungan GAPDimensi SERVQUAL

No	Atribut	Persepsi	Harapan	Unweighted	Bobot	Weighted
1.	T1	4.300	4.483	-0.183	0.211	-0.193
2.	T2	4.333	4.583	-0.250	0.211	-0.264
3.	T3	4.133	4.683	-0.550	0.211	-0.580
4.	T4	3.917	4.683	-0.767	0.211	-0.808
5.	T5	4.400	4.383	0.017	0.211	0.018
6.	E1	3.767	4.517	-0.750	0.188	-0.703
7.	E2	3.833	4.550	-0.717	0.188	-0.672
8.	E3	3.733	4.567	-0.833	0.188	-0.781
9.	E4	3.767	4.450	-0.683	0.188	-0.641
10.	R1	3.633	4.733	-1.100	0.219	-1.205
11.	R2	4.133	4.700	-0.567	0.219	-0.621
12.	R3	4.233	4.467	-0.233	0.219	-0.256
13.	R4	4.217	4.567	-0.350	0.219	-0.384
14.	RS1	3.733	4.533	-0.800	0.193	-0.773
15.	RS2	3.650	4.583	-0.933	0.193	-0.902
16.	RS3	3.800	4.550	-0.750	0.193	-0.725
17.	A1	3.783	4.667	-0.883	0.190	-0.839
18.	A2	4.367	4.217	0.150	0.190	0.143
19.	A3	3.633	4.583	-0.950	0.190	-0.903
20.	A4	3.850	4.700	-0.850	0.190	-0.808

Analisa Matrix

Importance-Performance



Gambar 3. Importance-Performance Matrix

Setelah dilakukan perhitungan SERVQUAL, selanjutnya nilai-nilai tersebut diplot ke dalam Importance-Performance Matrix dengan menggunakan software SPSS 18.0. Diagram Importance-Performance dapat dilihat pada Gambar 3.

Analisa SWOT

Analisa SWOT digunakan sebagai penentuan strategi bagi pihak bengkel. Rumusan strategi menggunakan analisa SWOT dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Rumusan strategi analisa SWOT

STRENGTHS	WEAKNESSES

PENINGKATAN KUALITAS JASA PELAYANAN DENGAN METODE SERVQUAL DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT

Nofi Erni, Iphov Kumala Sriwana, Debby Karisa

- Peralatan dan Toyota *Special Service Tools* lengkap.
- Fasilitas ruang tunggu lengkap dan menyediakan makanan dan minuman dengan konsep “*all you can eat*”
- *Spare part* asli dan bermutu
- Tenaga kerja ahli di bidang masing-masing
- *Image* dan *brand equity* perusahaan masih lemah dibandingkan kompetitor sejenis.
- Proses penyerahan kendaraan kurang efektif
- Tidak menyediakan *spare part* yang tergolong *low moving*

<i>OPPORTUNITIES</i>	<i>S-O Strategies</i>	<i>W-O Strategies</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan penjualan mobil masih cukup baik. • Kendaraan selalu memerlukan perawatan berkala dan perbaikan saat kerusakan • Mendapat penghargaan <i>Dealer of the Year</i> pada tahun 2011. • Berada di lokasi yang strategis 	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan jasa yang diberikan ($S_{1,4}$ & $O_{1,4}$) • Meningkatkan mutu SDM yang dimiliki (S_4 & O_2) • Menjamin ketersediaan dan kelengkapan peralatan dan <i>spare part</i> ($S_{1,3}$ & O_1) 	<ul style="list-style-type: none"> • Menjalin kerja sama dengan divisi penjualan dalam membangun <i>brand image</i> dan <i>brand equity</i> (W_1 & $O_{1,4}$) • Menyediakan beberapa <i>spare part low moving</i> yang umum (W_3 & $O_{1,2}$) • Melakukan evaluasi secara rutin (W_2 & O_2)

<i>THREATS</i>	<i>S-T Strategies</i>	<i>W-T Strategies</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah kompetitor bengkel sejenis yang banyak. • Promosi berhadiah menarik dari pesaing. • Cabang jaringan bengkel pesaing lebih besar. • Persaingan tarif bengkel 	<ul style="list-style-type: none"> • Menciptakan dan mempertahankan keunggulan yang dimiliki ($S_{1,4}$ & $T_{1,4}$) • Menekan tarif yang diberikan dengan mencari alternatif <i>supplier</i> termurah (S_3 & $T_{1,4}$) 	<ul style="list-style-type: none"> • Memperluas relasi dan bekerja sama dengan beberapa <i>supplier spare part</i> (W_3 & $T_{1,4}$) • Mengadakan <i>event</i> atau menjadi sponsor suatu acara dengan memberikan <i>grand prize</i> menarik (W_1 & $T_{1,2}$) • Merancang siklus proses yang lebih efektif (W_2 & $T_{1,3}$)

		Total Nilai IFE		
		Strong 3.0 to 4.0	Average 2.0 to 2.99	Weak 1.0 to 1.99
Total Nilai EFE	High 3.0 to 3.99	I	II	III
	Medium 2.0 to 2.99	IV	V PT. Plaza Auto Prima cabang Green Garden	VI
	Low 1.0 to 1.99	VII	VIII	IX

Gambar 4. Matriks Internal - Eksternal

Matriks internal-eksternal dirancang untuk mengetahui posisi perusahaan saat ini. Matriks IE didasarkan atas dua dimensi, yaitu total nilai EFE sebesar 2,675 pada sumbu X dan total nilai IFE

sebesar 2,9 pada sumbu Y. Berdasarkan Matriks Internal–Eksternal, Plaza Toyota cabang Green Garden berada di kuadran V. Posisi pada kuadran V menunjukkan bahwa posisi perusahaan berada dalam

tahap mempertahankan dan memelihara kualitas jasa. Peningkatan kualitas jasa diperlukan berdasarkan prioritas *technical responses* pada matriks *House of Quality* yang dirancang. Matriks Internal-Eksternal dapat dilihat pada Gambar 4

Prioritas Technical Responses

Berdasarkan *voice of customer* pada dimensi SERVQUAL dan strategi yang dikembangkan melalui analisa SWOT, didapatkan 23 respon teknis untuk matriks HOQ. Prioritas *technical responses* dalam matriks HOQ dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Prioritas *Technical Responses*

Rank	Technical Responses	Relative Importance(%)
1	Meningkatkan kualitas pelayanan secara kontinyu	18.26
2	Pemberian <i>reward</i> dan <i>punishment</i>	12.87
3	Menciptakan karyawan terampil dan potensial	12.03
4	Meningkatkan <i>skill Service Advisor</i>	6.85
5	Memastikan peralatan bengkel tetap dapat berfungsi dengan baik	5.98
6	Koordinasi hubungan yang baik dengan <i>supplier</i>	4.55
7	<i>Briefing</i> berkala setiap sebulan sekali	4.55
8	Standar usia karyawan produktif	4.11
9	Meningkatkan kehandalan dan motivasi mekanik	4.01
10	Mengefektifkan proses pendaftaran dan penyerahan kendaraan	2.93
11	Pemberian dan penjelasan estimasi waktu yang wajar	2.80
12	Menjaga kebersihan dan sirkulasi udara yang baik	2.77
13	Pengecekan kondisi awal kendaraan langsung oleh mekanik	2.65
14	Melapisi interior kendaraan dengan plastik saat pengerjaan	2.59
15	Mengurangi <i>lead time</i> pengerjaan dan <i>non value added activity</i>	2.14
16	Penjelasan saat keterlambatan pengerjaan	2.07
17	Pengecekan akhir kendaraan	2.07
18	Garansi berdasarkan jarak tempuh kendaraan	1.87
19	Menjagaprasarana dan fasilitas bengkel tetap dalam kondisi baik	1.74
20	Sistem pengarsipan yang baik sesuai tanggal dan jenis kendaraan.	1.51
21	Sambutan di ruang pendaftaran	1.15
22	Pendataan dan penjadwalan <i>follow up</i> yang teratur	1.05
23	Informasi tips perawatan kendaraan	0.47

Analisis Keterkaitan HOQ dan SWOT

Rancangan *technical responses* pada matriks HOQ merupakan usulan perbaikan bagi pihak bengkel dengan

urutan prioritas yang telah dijabarkan. Keterkaitan antara strategi SWOT dan *technical responses* HOQ dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Keterkaitan *Technical Responses* HOQ Dan SWOT

Technical Responses	Strategi SWOT
Menjaga prasarana dan fasilitas bengkel tetap dalam kondisi baik	S-T ₁
Menjaga kebersihan dan sirkulasi udara yang baik	S-T ₁ & S-0 ₁

Koordinasi hubungan yang baik dengan <i>supplier</i>	W-T ₁ & S-O ₃
<i>Briefing</i> berkala setiap sebulan sekali	S-O ₂ & W-O ₃
Meningkatkan kualitas pelayanan secara kontinyu	ST- _{1,3} , S-O ₂ & W-O ₃
Melapisi interior kendaraan dengan plastik saat pengerjaan	S-O ₁
Meningkatkan skill Service Advisor	S-O ₂
Penjelasan saat keterlambatan pengerjaan	W-T ₃
Mengurangi <i>lead time</i> pengerjaan dan <i>non value added activity</i>	S-O ₁
Mempertahankan dan menciptakan karyawan yang terampil dan potensial	S-O ₂
Sistem pengarsipan yang baik sesuai tanggal dan jenis kendaraan.	W-O ₂
Mengefektifkan proses pendaftaran dan penyerahan kendaraan	S-O ₁ & W-T ₃
Memastikan peralatan bengkel tetap dapat berfungsi dengan baik	S-O ₃
Pengecekan kondisi awal kendaraan secara langsung oleh mekanik	S-O ₁
Garansi berdasarkan jarak tempuh kendaraan	S-T ₁ & S-O ₁
Pengecekan akhir kendaraan	S-O ₁
Informasi tips perawatan kendaraan	W-O ₃
Pemberian <i>reward</i> dan <i>punishment</i>	S-O ₂
Meningkatkan kehandalan dan motivasi mekanik	S-O ₂

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, konsumen merasa cukup puas atas kualitas jasa di Plaza Toyota cabang Green Garden dengan indeks kepuasan sebesar 62,752%. Terdapat 20 atribut dan dikelompokkan ke dalam dimensi SERVQUAL yang mempengaruhi penilaian pelanggan akan mutu jasa di Plaza Toyota cabang Green Garden.

Hasil perhitungan SERVQUAL menyatakan terdapat 18 atribut memiliki nilai *gap* negatif dan 2 atribut memiliki nilai GAP positif. Atribut yang dianggap konsumen penting dibandingkan yang lain dan merupakan prioritas bagi konsumen sejumlah 11 atribut. Matriks *House of Quality* dirancang berdasarkan hasil perhitungan SERVQUAL, *Importance-Performance Analysis*, dan analisa SWOT.

Usulan perbaikan bagi pihak bengkel berdasarkan prioritas perbaikan *technical responses* pada matriks HOQ yang berjumlah 23 *technical responses*.

- [1]. Irawan, Handi, 2009, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, Elex Media Komputindo.
- [2]. Aritonang, Lerbin, 2005, *Kepuasan Pelanggan*, Jakarta, Gramedia.
- [3]. Dhini, Puspita, 2011, *Penentuan Prioritas Perbaikan Pelayanan Penumpang di Terminal 2 Bandara Internasional Soekarno-Hatta dengan Menggunakan Metode SERVQUAL dan IPA*, Prosiding Seminar Nasional Teknik Industri & Kongres BKSTI VI.
- [4]. Marimin, 2004, *Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*, Bogor, Grasindo.

DAFTAR PUSTAKA