

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis dan pembahasan yang akan disajikan di dalam BAB 4 terdiri dari tiga sub bagian yaitu :

- A. Profil Perusahaan, memberikan penjelasan mengenai sejarah perusahaan; ruang lingkup usaha; visi, misi, dan tujuan perusahaan; struktur organisasi; sumber daya; dan proses bisnis.
- B. Hasil Analisis dan Pembahasan, memberikan penjelasan mengenai :
 1. Karakteristik Responden, merupakan ringkasan data responden yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber data berasal dari form kuesioner A, yang memberikan informasi mengenai kategori pemilik, pekerjaan, lama menjadi pelanggan, dan sumber informasi. Rekap data responden tersaji di Lampiran 3.1.
 2. Pembahasan Variabel, ada tiga variabel yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :
 - a. Kualitas jasa, analisis kualitas jasa dilakukan per indikator untuk masing-masing penilaian yaitu *perceived service* (form kuesioner B), *expected service* (form kuesioner C), dan *performance service* (form kuesioner D). Rekap data tersaji di Lampiran 3.2 sampai Lampiran 3.4. Analisis dilakukan dengan membandingkan *perceived-expected service* serta *expected-performance service*, yaitu untuk mengetahui konfirmasi jawaban responden, yang mana untuk menilai kepuasan yang dialami

responden. Penjelasan juga diperdalam dengan analisis tabulasi silang sehingga dapat diketahui responden manakah yang memiliki gap terbesar, baik dari segi kategori pemilik ataupun lama menjadi pelanggan. Konfirmasi jawaban responden diperkuat dengan jawaban pertanyaan kuesioner terbuka yang diperoleh dari analisis konten (analisis isi) terhadap materi tersebut.

b. Kepuasan pelanggan (mulai halaman 170), data variabel kepuasan pelanggan berasal dari form kuesioner E. Hasil rekap data tersaji di Lampiran 3.5

c. Loyalitas pelanggan (mulai halaman 173), data variabel loyalitas pelanggan berasal dari form kuesioner F. Hasil rekap data tersaji di Lampiran 3.5

Analisis variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan dilakukan dengan interpretasi hasil distribusi frekuensi. Tabulasi silang juga dilakukan untuk kedua variabel yaitu untuk mengetahui karakteristik responden secara lebih detail. Hasil interpretasi variabel kepuasan dan loyalitas juga akan dilengkapi dengan pendapat-pendapat yang dikemukakan oleh responden dalam kuesioner pertanyaan terbuka.

C. Implikasi Teoritis dan Implikasi Manajerial

Implikasi teoritis (mulai halaman 178) merupakan perbandingan mengenai rujukan yang digunakan dalam penelitian ini dengan hasil temuan penelitian ini, sedangkan implikasi manajerial merupakan kebijakan yang berguna sebagai masukan bagi pihak manajemen atas hasil temuan yang ada. Bagian ini

menguraikan strategi dan cara-cara yang harus dilakukan oleh Bengkel ASSA BARU DIESEL dengan memperhatikan berbagai hasil analisis yang sudah dilakukan. Bagian ini terkait dengan perumusan masalah ke-empat dari penelitian ini.

A. PROFIL PERUSAHAAN

1. Sejarah Perusahaan

Bengkel ASSA BARU DIESEL merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha jasa perbaikan *injection pump* dan *nozzle*. Bengkel ASSA BARU DIESEL berlokasi di Jalan Industri II / 85 B, Semarang. Usaha ini didirikan pada tanggal 15 Januari 2001, dengan bentuk badan usaha adalah perusahaan perorangan. Pada awal mula berdiri, bengkel ini berlokasi di Jalan Industri XVI / 330, Semarang. Selama hampir tiga tahun beroperasi, pemilik bengkel mengevaluasi bahwa pertumbuhan usaha Bengkel ASSA BARU DIESEL berjalan lambat, maka dari itu pemilik bengkel berencana mencari lokasi baru yang lebih strategis. Pada tahun 2004, pemilik bengkel akhirnya memindahkan lokasi usaha ke Jalan Industri II / 85 B. Pertimbangannya adalah lokasi usaha yang baru lebih strategis, lebih luas, dan mudah dijangkau oleh konsumen. Denah lokasi Bengkel ASSA BARU DIESEL disajikan dalam Lampiran 5.

Jumlah bengkel resmi *injection pump* di kota Semarang ada tiga, yang mana Bengkel ASSA BARU DIESEL termasuk di dalam kategori tersebut. Pengangkatan bengkel *injection pump* sebagai bengkel resmi dilakukan oleh PT. DENSO SALES INDONESIA. Bengkel ASSA BARU DIESEL telah

ditunjuk oleh PT. DENSO SALES INDONESIA sebagai jaringan resmi perbaikan dan penjualan produk DENSO pada tahun 2005. Tabel 14 berikut ini adalah daftar nama bengkel resmi *injection pump* di kota Semarang.

Tabel 14
Data Bengkel Resmi *Injection Pump* di Kota Semarang

No.	Nama Bengkel	Keterangan
1.	Assa Baru Diesel	DFIP (<i>Diesel Fuel Injection Pump</i>)
2.	CV. AUE	ECD (<i>Electronically Controlled Diesel</i>) → untuk tipe <i>common rail</i> DFIP (<i>Diesel Fuel Injection Pump</i>)
3.	Laksana	DFIP (<i>Diesel Fuel Injection Pump</i>)

Sumber : www.denso.co.id

PT DENSO SALES INDONESIA merupakan perwakilan Jepang di Indonesia sebagai distributor utama produk DENSO. Berdasarkan buku petunjuk pengangkatan *service dealer* (2006), bengkel *injection pump* dapat diangkat menjadi bengkel resmi jika memenuhi kriteria sebagai berikut :

- a. Jumlah mekanik *service* dua orang atau lebih
- b. Area kerja
 - i. *Workshop* kendaraan dan tempat parkir

Berdasarkan klasifikasi ukuran, bengkel resmi dibagi menjadi tiga yaitu :

- a). Ukuran besar yaitu 500 m² atau lebih dengan daya tampung kendaraan 6-7 mobil.
- b). Ukuran sedang yaitu antara 330 m² – 500 m² dengan daya tampung kendaraan 4-5 mobil.
- c). Ukuran kecil yaitu ≤ 330 m² dengan daya tampung kendaraan 2-3 mobil.

ii. *Workshop*

- a). Fasilitas diletakkan di tempat yang bersih dan teratur.
- b). Tempat pencucian komponen harus terpisah dari tempat pengerjaan yang lain untuk menghindari pencemaran material lain.
- c). Ruang perakitan dan test tidak terhubung dengan ruang terbuka. Hal ini untuk menghindari debu atau material asing dari luar.

iii. Gudang part ditempatkan terpisah dari ruangan lain dan persediaan part tersusun dengan baik di rak.

c. Fasilitas service

- i. SST (*Service Special Tool*) untuk *injection pump*
- ii. *Diesel Test Bench*
- iii. *Nozzle Tester*
- iv. Ragum
- v. *Washing Machine*
- vi. Kunci Momen
- vii. Jangka Sorong

d. Kendaraan untuk servis, paling tidak menyiapkan satu unit kendaraan untuk servis

2. Ruang Lingkup Usaha

Bengkel ASSA BARU DIESEL selain menyediakan jasa perbaikan *injection pump* dan *nozzle*, juga menyediakan jasa perbaikan untuk onderstel, *tune up*, setel klep, setel rem, dan lain-lain seperti yang disediakan bengkel-bengkel umum lainnya. Pertimbangannya yaitu ketika ada pelanggan yang mau menserviskan mesin kendaraannya dapat langsung diperbaiki juga di tempat yang sama tanpa harus membawa ke bengkel lain. Bengkel ASSA BARU DIESEL juga menyediakan jasa antar jemput (*delivery*) *injection pump*. Fasilitas ini biasanya dimanfaatkan oleh pelanggan yang mengalami kesulitan untuk menuju ke lokasi bengkel karena tidak ada orang yang mengantar *injection pump* ke bengkel ASSA BARU DIESEL. Fasilitas ini diberikan tanpa mengenakan biaya servis tambahan. Pelanggan dapat memanfaatkan fasilitas ini cukup hanya dengan menelepon maka karyawan Bengkel ASSA BARU DIESEL akan langsung segera mengambil *injection pump* yang akan diservis di lokasi yang dituju, namun demikian jarak tempuh juga menjadi pertimbangan, yaitu ada lokasi tertentu yang mungkin terlalu sulit dijangkau karena terkendala jarak.

3. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

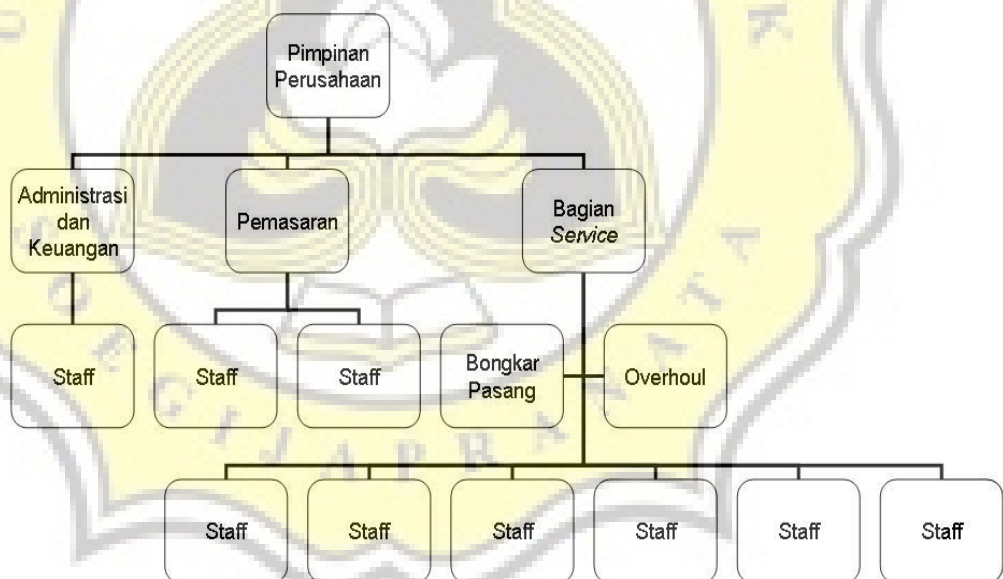
Tujuan yang ingin dicapai oleh Bengkel ASSA BARU adalah kepuasan pelanggan. Tujuan tersebut dapat tercapai ketika ada dasar dan panduan yang dapat memotivasi dan mengembangkan perusahaan. Berikut ini adalah visi dan misi bengkel ASSA BARU DIESEL :

Visi : Menjadikan bengkel *injection pump* terbaik se-Jawa Tengah

Misi : Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan secara profesional, jujur, dan tepat dalam menganalisa kerusakan *injection pump* sehingga dapat meminimalkan biaya perbaikan *injection pump*.

4. Struktur Organisasi

Karyawan yang bekerja di bengkel ASSA BARU DIESEL sebanyak 14 orang yang terdiri dari bagian administrasi dan keuangan; pemasaran; dan *service*. Gambar 6 di bawah ini adalah struktur organisasi yang ada di bengkel ASSA BARU DIESEL.



Gambar 6
Struktur Organisasi Bengkel ASSA BARU DIESEL

Tabel 15 berikut ini adalah penjelasan mengenai tugas, wewenang, dan tanggung jawab karyawan Bengkel ASSA BARU DIESEL.

Tabel 15
Job Description Karyawan ASSA BARU DIESEL

No.	Jabatan	Tugas, wewenang dan tanggung jawab
1.	Pimpinan Perusahaan	Memastikan dan mengontrol semua kegiatan usaha berjalan dengan baik dan benar.
2.	Administrasi dan Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> - Mengontrol fungsi keuangan dan akuntansi di perusahaan dalam memberikan informasi keuangan secara komprehensif dan tepat waktu untuk membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan yang mendukung pencapaian target finansial perusahaan. - Bagian administrasi dan keuangan membawahi satu staff yang bertugas melakukan penagihan nota-nota pelanggan yang sudah jatuh tempo.
3.	Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Mengkoordinir kegiatan pemasaran untuk mencapai target penjualan dan mengembangkan pasar secara efektif dan efisien. - Bagian pemasaran membawahi dua staff yang bertugas mengambil <i>injection pump</i> dan <i>nozzle</i> pelanggan untuk diservis, kemudian mengantarnya kembali setelah selesai diservis.
4.	Service	<ul style="list-style-type: none"> - Mengkoordinir dan melakukan kegiatan <i>service injection pump</i> dan mengawasi staff karyawan bongkar pasang dan overhaul - Bagian <i>service</i> membawahi delapan staff yang yaitu bagian overhaul dan bongkar pasang. Staff overhaul bertugas membongkar <i>injection pump</i>, mengganti bagian yang rusak, dan merakit kembali kemudian disiapkan ke bagian pengetesan. Staff bongkar pasang bertugas membongkar <i>injection pump</i> dan <i>nozzle</i> dari kendaraan dan memasangnya kembali setelah dilakukan pengetesan.

Sumber : data primer, 2011

5. Sumber Daya

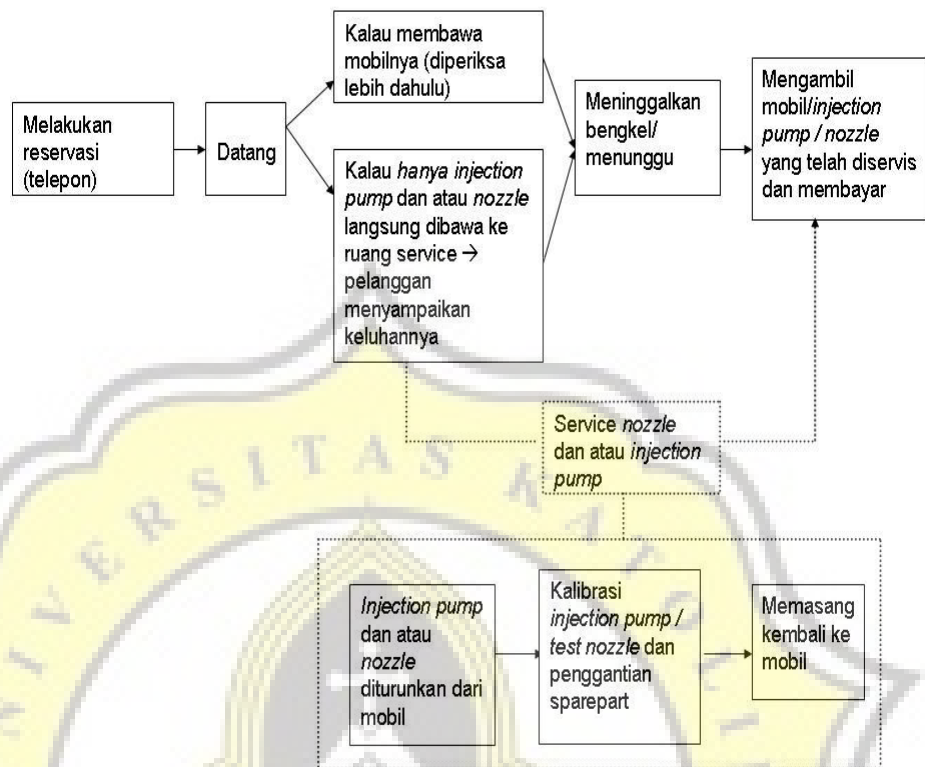
Dalam melakukan operasional usahanya, Bengkel ASSA BARU DIESEL didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai, yaitu tenaga

mekanik di bidang *injection pump*, mesin test, peralatan, dan penyediaan *spare part* untuk penggantian jika terjadi kerusakan.

Tenaga mekanik yang bekerja oleh Bengkel ASSA BARU DIESEL merupakan tenaga mekanik dengan spesifikasi di bidang otomotif. Mesin test yang digunakan oleh Bengkel ASSA BARU DIESEL ada dua unit, yang mana keduanya adalah buatan China dengan merek TAISHAN dengan tipe WR-2501A-IIA, yang berfungsi mengukur dan mengendalikan kecepatan putaran serta mengukur keluarnya bahan bakar. Alat ini sudah digital yang mana dilengkapi dengan chip komputer dalam operasionalnya. Peralatan pendukung lainnya yang digunakan antara lain kunci ring, kunci pas, kunci sok, obeng plus dan min, serta kunci-kunci khusus yaitu SST (*Service Special Tool*). Bengkel ASSA BARU DIESEL juga menyediakan berbagai macam *spare part* untuk berbagai jenis *injection pump* dan berbagai merek kendaraan seperti Hino, Nissan, Daihatsu, Mitsubishi, Komatsu, Mercedes, Toyota, Isuzu, dan Ford.

6. Proses Bisnis

Penjelasan mengenai proses perbaikan *injection pump* di Bengkel ASSA BARU DIESEL secara sederhana ditampilkan dalam bagan yang tersaji pada Gambar 7 berikut ini.



Gambar 7
Proses Service Injection Pump di ASSA BARU DIESEL

Proses perbaikan *injection pump* biasanya diawali dengan pelanggan menelepon Bengkel ASSA BARU DIESEL untuk melakukan reservasi atau bisa juga pelanggan langsung datang ke lokasi, baik membawa serta mobilnya, ataupun hanya *injection pump* saja. Jika pelanggan membawa mobilnya, maka mobil tersebut akan diperiksa terlebih dahulu oleh mekanik apakah memang mobil tersebut bermasalah pada *injection pump*-nya. Jika ternyata *injection pump*-nya bermasalah maka perlu dibongkar untuk diservis, dan akan dipasang kembali setelah selesai diservis. Pelanggan yang hanya membawa *injection pump* saja dapat langsung menyampaikan keluhannya kepada mekanik dan mekanik akan langsung mengecek sesuai dengan keluhan yang disampaikan, setelah itu dilakukan kalibrasi atas *injection pump*

tersebut. Kalibrasi *injection pump* dilakukan untuk mengetahui kondisi baik tidaknya *injection pump*. Jika kondisinya kurang atau tidak baik, maka Bengkel ASSA BARU DIESEL akan menyampaikan kepada pelanggan mengenai kerusakan dan *spare part* yang harus diganti. Selama proses perbaikan tersebut, pelanggan dapat menunggu ataupun meninggalkan *injection pump* tersebut dan mengambilnya kembali ketika sudah selesai.

B. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden merupakan ringkasan data responden yang digunakan dalam penelitian ini. Sumber data berasal dari form kuesioner A, yang memberikan informasi mengenai kategori pemilik, pekerjaan, lama menjadi pelanggan, dan sumber informasi. Seperti yang telah tertulis dalam BAB III, jumlah data responden yang diperoleh adalah 100 orang. Rekap data responden tersaji di Lampiran 3.1. Tabel 16 berikut ini merupakan hasil analisis karakteristik responden.

Tabel 16
Karakteristik Responden (n = 100)

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Kategori Pemilik		
Bengkel Resmi	5	5 %
Bengkel Umum	27	27 %
End User	68	68 %
Pekerjaan		
Bagian Pembelian	2	2 %
Bagian Service (<i>Service Departement / Service Advisor</i>)	4	4 %
Bagian Umum / Lapangan	8	8 %
Karyawan	7	7 %
Manajer Logistik	2	2 %
Manajer Operasional / Bagian Operasional / Supervisor	7	7 %
Mekanik / Teknisi / Bagian Bengkel / Montir / Mandor	38	38 %
Pemilik / Direktur / Pimpinan / Wiraswasta / General Manajer	32	32 %
Lama Menjadi Pelanggan		
< 1 Tahun	1	1 %
1 – 3 Tahun	29	29 %
> 3 – 5 Tahun	32	32 %
> 5 – 7 Tahun	18	18 %
> 7 – 9 Tahun	4	4 %
> 9 – 11 Tahun	16	16 %
Sumber Informasi		
Iklan / Reklame	8	8 %
<i>Personal Selling</i>	6	6 %
Tahu Sendiri / Satu Lokasi (LIK)	13	13 %
Teman / Kerabat / Saudara	73	73 %

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 16 merupakan gambaran karakteristik responden penelitian. Berdasarkan tabel tersebut, karakteristik responden yang diteliti adalah sebagai berikut : **kategori pemilik**, yang dimaksud dalam penelitian ini

adalah status pelanggan Bengkel ASSA BARU DIESEL. Ada tiga kategori yaitu bengkel resmi, bengkel umum, dan *end user*. Jumlah responden bengkel resmi ada lima yaitu PT. Kalimas AI sebagai bengkel resmi Mercedes, PT. Karya Zirang Utama sebagai bengkel resmi Isuzu, PT. Mitrabuana Citra Abadi sebagai bengkel resmi Ford, PT. Sidodadi Berlian Motors sebagai bengkel resmi Mitsubishi, dan PT. Astra Isuzu sebagai bengkel resmi Isuzu. Jumlah responden kategori bengkel umum sebanyak 27 responden. Bengkel umum yang dimaksud di sini adalah bengkel yang melayani servis segala jenis kendaraan, genzet, ataupun jenis alat berat. Jumlah responden yang termasuk kategori *end user* sebanyak 68 responden. *End user* yang dimaksud di sini adalah pengguna pribadi antara lain perusahaan angkutan, perusahaan otobis, perakitan dan servis genzet, penyewaan alat berat, forklift, jual beli mobil, jual onderdil bekas. **Pekerjaan** responden yang diteliti sangat bervariasi, namun mayoritas responden yang ada yaitu sebanyak 77 % adalah orang yang memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan dan mengetahui secara teknis cara kerja *injection pump*, yaitu sebagai pemilik / direktur / pimpinan / wiraswasta / general manager sebanyak 32 orang, kelompok mekanik / teknisi / bagian bengkel / montir / mandor sebanyak 32 orang, dan sebagai manajer operasional / bagian operasional / supervisor ada 7 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang diteliti memiliki pengaruh yang besar untuk menentukan ketika akan servis *injection pump* di Bengkel ASSA BARU DIESEL. Jika dilihat dari faktor **lama menjadi pelanggan**, mayoritas pelanggan Bengkel ASSA BARU DIESEL

merupakan pelanggan loyal yang telah menggunakan jasa perbaikan *injection pump* dalam jangka waktu yang cukup lama, yaitu lebih dari 90 % responden. Selain itu, mayoritas responden menjadi pelanggan ketika lokasi bengkel berpindah di Jalan Industri II / 85 B pada tahun 2004 yaitu sebanyak 84 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih memilih bengkel yang lokasinya mudah dijangkau, akses jalannya baik, dan bengkelnya luas.

Berdasarkan **sumber informasi**, mayoritas responden yang ada mengetahui Bengkel ASSA BARU DIESEL dari teman / kerabat / saudara yaitu sebanyak 73 responden. Teman, kerabat ataupun relasi yang dimaksud di sini antara lain teman seprofesi perusahaan angkutan, mekanik, rekanan bengkel, dan toko penjual *spare part*. Ketika mendengar dan mendapat rekomendasi dari teman, kerabat, ataupun relasi mengenai Bengkel ASSA BARU DIESEL, rasa percaya yang dirasakan responden lebih besar daripada hanya melihat papan nama ataupun melalui *personal selling* yang mana terbukti dari Tabel 16 bahwa jumlah responden yang mengetahui Bengkel ASSA BARU DIESEL dari iklan hanya 9 orang; sebanyak 6 responden melalui *personal selling*, sedangkan sisanya 12 responden mengetahui Bengkel ASSA BARU DIESEL karena berada di lokasi yang sama (di Lingkungan Industri Kecil) dan ada juga yang pernah mencoba sendiri sebelumnya.

2. Pembahasan Variabel

Seperti yang sudah diungkapkan dalam proses analisis data, pada bagian awal akan diuraikan analisis distribusi frekuensi untuk masing-masing variabel penelitian, yaitu kualitas jasa, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan, di mana untuk kualitas jasa dinilai dari *perceived service*, *expected service*, dan *performance service*. Penjelasan variabel kualitas jasa tersebut digunakan untuk menjawab perumusan masalah bagaimana perbedaan antara *perceived* dan *expected service* kualitas pelayanan Bengkel ASSA BARU DIESEL, sedangkan variabel kepuasan dan loyalitas digunakan untuk mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan Bengkel ASSA BARU DIESEL. Berikut ini disajikan jawaban responden untuk masing-masing item pertanyaan kuesioner.

a. Kualitas Jasa

i. Reliability

1). Indikator *Reliability 1* : Penyelesaian Masalah *Injection Pump* Pelanggan

Tabel 17 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas
Penyelesaian Masalah *Injection Pump* Pelanggan

Penyelesaian Masalah <i>Injection Pump</i> Pelanggan	<i>Perceived Service</i> (B.R1)	<i>Expected Service</i> (C.R1)	<i>Performance Service</i> (D. R1)
Tidak Setuju	5	-	-
Netral	16	8	9
Setuju	64	63	73
Sangat Setuju	15	29	18
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

79 + 92 - 91

Tabel 17 tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden **mendapatkan informasi yang baik** terkait penyelesaian masalah *injection pump* pelanggan di Bengkel ASSA BARU DIESEL yaitu sebanyak 79 orang, meskipun demikian masih terdapat 21 orang yang kurang menangkap pemahaman akan informasi tersebut. Jika dilihat dari segi harapan yang terbentuk, 92 responden **memiliki harapan** agar masalah *injection pump* dapat terselesaikan oleh Bengkel ASSA BARU DIESEL. Responden memberikan **penilaian yang baik** atas penyelesaian masalah *injection pump*, yang terlihat dari nilai dominasi responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 91 orang. Responden tersebut mengatakan bahwa masalah *injection pump* dapat teratasi karena didukung oleh kualitas kerja karyawan Bengkel ASSA BARU DIESEL yang baik, namun seperti juga terungkap dalam kuesioner terbuka, masih ada masalah yang terungkap seperti misalnya oleh responden no. 42 bahwa terkadang masih mengalami hasil penyetelan yang kurang tepat, sehingga ada beberapa pekerjaan yang membutuhkan penyetelan ulang, seperti yang dikatakan oleh responden no. 34. Oleh karena itu, mereka berharap agar lebih dilakukan peningkatan kualitas (responden no. 41), khususnya untuk mekanik bongkar pasang *injection pump* (responden no. 89), dan lebih ditingkatkan aspek ketelitian serta pengawasan agar hasil tidak mengecewakan (responden no. 51) (lihat lampiran 3.6).

Jika dibandingkan antara *perceived service* dan *expected service*, responden semakin menghendaki agar penyelesaian masalah *injection pump* semakin baik, yang terbukti dari **semakin berkurangnya** responden yang semula **memberikan jawaban kurang** serta **semakin meningkatnya** responden yang **mengatakan setuju**. Hal ini terbukti dari 21 orang yang semula kurang paham, membentuk peningkatan ekspektasi menjadi hanya 8 orang yang memberikan harapan netral, dan responden yang semula menjawab setuju sebanyak 79 menjadi 92. Ketika dibandingkan dengan harapan yang terbentuk, telah terjadi **penurunan kepuasan yang relatif rendah**, hal ini terbukti dari menurunnya jumlah responden yang mengatakan setuju dari 92 menjadi 91.

Pada Tabel 17 diketahui bahwa masih terdapat 21 orang responden yang **kurang menangkap informasi** mengenai informasi penyelesaian *injection pump* pelanggan. Oleh karena itu, Tabel 18 berikut ini menyajikan hasil tabulasi silang antara sumber informasi dan kategori pemilik yang merespon kurang tentang informasi penyelesaian *injection pump* pelanggan.

Tabel 18 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik
Penyelesaian Masalah *Injection Pump* Pelanggan

Penyelesaian Masalah <i>Injection Pump</i> Pelanggan		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	2	2	4
	<i>Personal Selling</i>	1	1	0	2
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	1	2	3
	Teman / Kerabat / Saudara	0	2	10	12
Total		1	6	14	21

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Ketika ditelusur lebih dalam lagi, seperti hasil yang tersaji di Tabel 18, yaitu tabulasi silang responden yang tidak atau kurang memperoleh informasi mengenai penyelesaian masalah *injection pump* dengan kategori pemilik dan sumber informasi, maka dapat dilihat bahwa 12 responden, yang terdiri 2 responden bengkel umum dan 10 responden *end user* memperoleh informasi yang kurang dari teman / kerabat / saudara. Seperti terungkap dalam kuesioner terbuka bahwa informasi yang didapat sering kali hanya mengenai bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai bengkel yang menyediakan jasa perbaikan *injection pump*.

Untuk mengetahui secara lebih detail mengenai karakteristik pelanggan yang ada, maka dilakukan analisis tabulasi silang antara indikator tersebut dengan kategori pemilik. Hasil pengolahannya tersaji di Tabel 19 berikut ini.

Tabel 19 :
Tabulasi Silang Penyelesaian Masalah *Injection Pump* Pelanggan dengan Kategori Pemilik

Penyelesaian Masalah <i>Injection Pump</i> Pelanggan	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	Total
<i>Perceived Service</i>				
Tidak Setuju	1	2	2	5
Netral	0	4	12	16
Setuju	3	17	44	64
Sangat Setuju	1	4	10	15
<i>Expected Service</i> I	+ 1	+ 1	+ 11	
Netral	0	5	3	8
Setuju	3	13	47	63
Sangat Setuju	2	9	18	29
<i>Performance Service</i> II	=	+	-	
Netral	0	2	7	9
Setuju	4	20	49	73
Sangat Setuju	1	5	12	18

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Tabel 19 tersebut menunjukkan dominasi tentang informasi pemahaman akan penyelesaian masalah *injection pump* pelanggan di Bengkel ASSA BARU DIESEL diterima secara baik yaitu sebanyak 79 orang, yang terbukti dari 4 dari 5 bengkel resmi, 21 dari 27 bengkel umum, dan 54 dari 68 *end user* yang menjawab setuju. Masih di tabel yang sama, harapan yang terbentuk atas penyelesaian masalah *injection pump* adalah tinggi terlihat dari 92 responden yang mengatakan setuju, yang terdiri dari 5 bengkel resmi, 22 bengkel umum, dan 65 *end user*.

Gap terbesar terjadi pada kelompok *end user*, di mana terdapat pergeseran jumlah responden yang mengatakan setuju bertambah 11

orang, sedangkan kelompok bengkel umum dan bengkel resmi masing-masing hanya 1 orang. Hal itu menunjukkan bahwa *end user* memiliki harapan yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan bengkel umum dan bengkel resmi agar masalah *injection pump* dapat terselesaikan oleh Bengkel ASSA BARU DIESEL. Selain itu, jika dilihat dari kepuasan yang terbentuk, *end user* menginginkan kepuasan sesuai dengan harapan mereka, terlihat dari 7 dari 9 responden yang kurang puas berasal dari kelompok *end user*.

Tabel 20 :
Tabulasi Silang Penyelesaian Masalah *Injection Pump* Pelanggan dengan Lama Menjadi Pelanggan

Penyelesaian Masalah <i>Injection Pump</i> Pelanggan	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Tidak Setuju	0	3	2	0	0	0	5
Netral	0	3	5	4	0	4	16
Setuju	0	19	18	12	3	12	64
Sangat Setuju	1	4	7	2	1	0	15
Expected Service							
Netral	0	1	3	0	0	4	8
Setuju	0	17	17	16	2	11	63
Sangat Setuju	1	11	12	2	2	1	29
Performance Service							
Netral	0	3	2	0	0	4	9
Setuju	1	22	20	16	3	11	73
Sangat Setuju	0	4	10	2	1	1	18

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	1	26	30	18	4	12
Perceived : Expected	0	-5	-4	-4	0	0
KEPUASAN :						
Expected : Performance	0	-2	+1	0	0	0

Tabel 20 di atas mencoba melihat pergeseran kepuasan mulai dari responden mendapatkan informasi sampai dengan merasakan *performance service* atas penyelesaian masalah *injection pump* ketika dilakukan tabulasi silang dengan lama menjadi pelanggan. Jika dibandingkan antara *perceived-expected service* berdasarkan **lama menjadi pelanggan, semakin lama menjadi pelanggan, nilai gap semakin kecil dan semakin hilang**, yang berarti bahwa informasi yang didapat sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, responden pun semakin lama menjadi pelanggan juga menunjukkan kepuasan yang semakin meningkat, terlihat dari perbandingan antara *performance* dan *expected* yang nilainya semakin sama bahkan ada juga yang meningkat. Jadi dapat disimpulkan bahwa **semakin lama responden menjadi pelanggan, responden semakin mengenal dan memahami bagaimana penyelesaian masalah *injection pump*, dan semakin puas atas cara Bengkel ASSA BARU DIESEL dalam menyelesaikan masalah *injection pump*.**

2). Indikator *Reliability 2* : Pengerjaan *Injection Pump* Tepat

Tabel 21 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas
Pengerjaan *Injection Pump* Tepat

Pengerjaan <i>Injection Pump</i> Tepat	<i>Perceived Service</i> (B.R2)	<i>Expected Service</i> (C.R2)	<i>Performance Service</i> (D.R2)
Tidak Setuju	5	-	1
Netral	21	6	10
Setuju	62	67	75
Sangat Setuju	12	27	14
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

$$74 + 94 - 89$$

Berdasarkan Tabel 21 nampak bahwa dominasi responden mengenai pemahaman pengerjaan *injection pump* tepat di Bengkel ASSA BARU DIESEL **mampu ditangkap dengan baik** oleh 74 orang, sebaliknya 26 responden lainnya masih kurang menangkap informasi tersebut dengan baik. Responden yang diteliti **memiliki harapan yang tinggi** atas pengerjaan *injection pump* tepat ada 94 orang. Masih di tabel yang sama, sebanyak 89 orang mengatakan **pengerjaan *injection pump* Bengkel ASSA BARU DIESEL tepat**, namun masih ada 11 responden yang memberikan tanggapan bahwa pengerjaan *injection pump* di Bengkel ASSA BARU DIESEL tidak atau kurang tepat. Penilaian kurang yang diberikan oleh responden terungkap dalam kuesioner terbuka seperti misalnya oleh responden no. 14 dan 100 yaitu masih terdapatnya mobil yang belum sempurna dan *injection pump* setelah dilakukan penggantian *spare part* ternyata keluhan belum teratasi (lihat lampiran 3.6).

Perbandingan antara hasil *perceived-expected service* di atas menunjukkan bahwa terjadi **peningkatan ekspektasi** terkait dengan pengerjaan *injection pump* yang tepat. Responden yang semula tidak atau kurang menangkap informasi tentang pengerjaan *injection pump* tepat jumlahnya menjadi **lebih rendah** yaitu 26 menjadi 6 responden. Responden yang memberikan tanggapan setuju atas pengerjaan *injection pump* tepat **semakin bertambah**, dari 74 menjadi 94 responden.

Hasil perbandingan antara harapan dan kinerja yang sesungguhnya menunjukkan **penurunan kepuasan yang relatif kecil** atas pengerjaan *injection pump* tepat, yang ditunjukkan dengan **sedikit menurunnya** jumlah responden yang mengatakan setuju dari 94 menjadi 89. Responden menyadari pekerjaan yang dilakukan tidak selalu tepat 100 %, selama tingkat kesalahan **relatif kecil** dibandingkan kepuasan yang mereka dapat, maka responden **tidak terlalu mempermasalahkannya**. Karena menurut mereka, memang **tidak ada bengkel yang selalu memberikan hasil pekerjaan yang sempurna**. Namun demikian, ketika dibandingkan antara informasi yang didapat dengan yang dirasakan, masih terdapat peningkatan yaitu sebanyak 15 responden, sehingga dapat dikatakan bahwa informasi yang diterima responden **sudah tepat dan sesuai dengan yang dirasakan**.

Pada Tabel 21 terlihat masih ada 26 responden yang kurang menangkap informasi terkait dengan pengerjaan *injection pump* tepat. Tabel 22 di bawah ini menampilkan hasil tabulasi silang antara sumber informasi dengan kategori pemilik yang merespon kurang tentang pengerjaan *injection pump* tepat.

Tabel 22 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik
Pengerjaan *Injection Pump* Tepat

Pengerjaan <i>Injection Pump</i> Tepat		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	0	1	1
	<i>Personal Selling</i>	1	1	1	3
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	1	3	4
	Teman / Kerabat / Saudara	0	2	16	18
Total		1	4	21	26

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan penelusuran yang tersaji di Tabel 22, mayoritas responden, khususnya kelompok *end user*, sebanyak 16 orang **kurang mendapatkan informasi** tentang pengerjaan *injection pump* tepat dari teman / kerabat / saudara mereka. Seperti yang terungkap di dalam kuesioner terbuka, informasi yang mereka dapat kebanyakan hanya mengatakan Bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai bengkel yang menyediakan jasa perbaikan *injection pump* dan *nozzle*.

Tabel 23 berikut ini menyajikan hasil tabulasi silang pengerjaan *injection pump* tepat dengan kategori pemilik, sehingga dapat diketahui dengan lebih rinci karakteristik kelompok responden dalam memberikan tanggapan.

Tabel 23 :
Tabulasi Silang Pengerjaan *Injection Pump* Tepat dengan Kategori Pemilik

Pengerjaan <i>Injection Pump</i> Tepat	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	Total
Perceived Service				
Tidak Setuju	1	2	2	5
Netral	0	2	19	21
Setuju	4	22	36	62
Sangat Setuju	0	1	11	12
Expected Service (I)	+ 1	+ 2	+ 19	
Netral	0	4	2	6
Setuju	4	17	46	67
Sangat Setuju	1	6	20	27
Performance Service (II)				
Tidak Setuju	0	0	1	1
Netral	1	1	8	10
Setuju	4	21	50	75
Sangat Setuju	0	5	9	14

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Tabel 23 menunjukkan bahwa mayoritas responden mampu menangkap dengan baik pemahaman atas informasi pengerjaan *injection pump* tepat sebanyak 74 orang yaitu 4 dari 5 bengkel resmi, 23 dari 27 bengkel umum, dan 47 dari 68 *end user*. Informasi yang mampu ditangkap dengan baik menimbulkan harapan yang tinggi akan pengerjaan *injection pump* tepat. Hasilnya adalah 94 responden memberikan jawaban setuju, yang terdiri dari 5 reponden bengkel resmi, 23 responden bengkel umum, dan 66 responden *end user*. **End**

user juga memiliki harapan yang paling tinggi jika dibandingkan dengan kelompok responden lainnya, yang mana ditunjukkan dari nilai gap yang paling besar. Responden yang mengatakan kurang setuju didominasi oleh kelompok *end user*. Sedikitnya responden bengkel resmi dan bengkel umum yang memberikan penilaian tidak tepat dikarenakan mereka dapat melakukan penyesuaian atas penyetelan *injection pump* ketika terjadi hal demikian.

Tabel 24 :
Tabulasi Silang Pengerjaan *Injection Pump* Tepat dengan Lama Menjadi Pelanggan

Pengerjaan <i>Injection Pump</i> Tepat	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Tidak Setuju	0	3	1	0	0	1	5
Netral	0	7	5	4	1	4	21
Setuju	1	16	22	12	1	10	62
Sangat Setuju	0	3	4	2	2	1	12
Expected Service	1	19	26	14	3	11	
Netral	0	1	1	1	1	2	6
Setuju	0	20	22	14	0	11	67
Sangat Setuju	1	8	9	3	3	3	27
Performance Service	1	28	31	17	3	14	
Tidak Setuju	0	1	0	0	0	0	1
Netral	0	4	2	0	1	3	10
Setuju	1	22	22	15	2	13	75
Sangat Setuju	0	2	8	3	1	0	14

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	1	24	30	18	3	13
Perceived : Expected	0	-9	-5	-3	0	-3
KEPUASAN :						
Expected : Performance	0	-4	-1	+1	0	-1

Tabel 24 menyajikan secara lebih detail responden mana sajakah yang memberikan penilaian kurang terkait dengan lamanya menjadi pelanggan. ketika melihat pergerakan jawaban responden, semakin lama menjadi pelanggan, **nilai gap yang terbentuk semakin lama semakin rendah, namun pada suatu titik tertentu akan kembali meningkat**, begitu pula dengan tingkat kepuasan yang dialami, yaitu **semakin lama kepuasan yang dirasakan semakin tinggi namun setelah semakin lama menjadi pelanggan terjadi penurunan**. Responden yang telah lama menjadi pelanggan menganggap servis *injection pump* sebagai rutinitas, sehingga penurunan kepuasan yang terjadi adalah hal yang biasa, lagipula hal tersebut jarang terjadi.

3). **Indikator Reliability 3: Informasi yang Tepat terkait Masalah *Injection Pump***

Tabel 25 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Informasi Tepat terkait Masalah *Injection Pump*

Informasi Tepat terkait Masalah <i>Injection Pump</i>	<i>Perceived Service</i> (B.R3)	<i>Expected Service</i> (C.R3)	<i>Performance Service</i> (D.1)
Tidak Setuju	4	-	3
Netral	16	3	6
Setuju	61	62	66
Sangat Setuju	19	35	25
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

$$80 + 98 - 91$$

Tabel 25 menunjukkan bahwa dominasi **pemahaman** responden terhadap informasi yang tepat terkait masalah *injection pump* adalah **baik** yang mana ditunjukkan oleh 80 orang yang memberikan

jawaban setuju. Informasi baik yang tertangkap oleh responden, membentuk **harapan yang tinggi** di mana mayoritas responden yaitu 97 orang menginginkan mendapat informasi yang tepat terkait dengan masalah *injection pump* mereka. Jika dilihat *performance service-nya*, responden memberikan tanggapan bahwa informasi yang diberikan Bengkel ASSA BARU DIESEL berkaitan dengan masalah *injection pump* adalah **tepat**, yang nampak dari 91 orang memberikan penilaian setuju. Namun demikian masih ada 9 orang yang memberikan **penilaian kurang**. Penilaian tersebut terbukti dari ungkapan responden yang ada di dalam kuesioner terbuka misalnya oleh responden no. 83 dan 100 bahwa mereka memang merasa tidak mendapatkan informasi yang tepat mengenai masalah *injection pump*, atau terkadang informasi yang diterima tepat, tetapi kadang juga tidak, oleh karena itu mereka berharap mendapatkan informasi yang detail mengenai kondisi *injection pump* yang diservis dengan tepat (responden no. 68) (lihat lampiran 3.6).

Analisis gap antara *perceived-expected service* menunjukkan bahwa responden memiliki **harapan yang semakin tinggi** terkait dengan pemberian informasi yang tepat, walaupun sebelumnya ada responden yang kurang dapat menangkap informasi mengenai hal tersebut ketika datang ke Bengkel ASSA BARU DIESEL, yang mana terbukti dari **semakin rendahnya** responden yang memberikan jawaban kurang dari 20 menjadi 3, dan **semakin tingginya** responden

yang memberikan jawaban setuju. Ketika dibandingkan antara *expected service* dengan *performance service* nampak terjadi **pergeseran kepuasan yang relatif kecil**, yang mana terlihat dari **berkurangnya** jumlah responden yang mengatakan setuju dari 98 menjadi 91.

Ketika hasil *perceived* dibandingkan dengan *performance*, terjadi peningkatan pada responden yang mengatakan setuju, hal ini berarti walaupun ada rasa kekecewaan atas *performance service*, namun mereka **cukup puas** karena paling tidak mereka telah mengetahui bahwa Bengkel ASSA BARU DIESEL memberikan informasi yang tepat seputar masalah *injection pump*, walaupun **belum sesuai yang mereka harapkan**.

Berdasarkan Tabel 25, masih nampak 20 responden yang kurang mendapat informasi yang tepat terkait masalah *injection pump*. Tabel 26 di bawah ini menyajikan hasil tabulasi silang antara sumber informasi dan kategori pemilik yang merespon kurang tentang pemberian informasi yang tepat.

Tabel 26 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Informasi Tepat terkait Masalah *Injection Pump*

Informasi Tepat terkait Masalah <i>Injection Pump</i>		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	1	1	2
	<i>Personal Selling</i>	0	0	0	0
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	2	2	4
	Teman / Kerabat / Saudara	0	5	9	14
Total		0	8	12	20

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan hasil yang tersaji di tabel tersebut, nampak bahwa 14 dari 20 responden **mendapat informasi yang kurang tepat** tentang masalah *injection pump* dari teman / kerabat / saudara. Berdasarkan keterangan tambahan yang tersaji di kuesioner terbuka, responden hanya mendapatkan informasi mengenai Bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai penyedia jasa perbaikan *injection pump*, selain itu tidak ada informasi yang akurat mengenai masalah *injection pump*.

Tabel 27 berikut mencoba memberikan gambaran yang lebih detail mengenai karakteristik responden dari sudut pandang kategori pemilik atas indikator pemberian informasi yang tepat.

Tabel 27 :
Tabulasi Silang Informasi Tepat terkait Masalah *Injection Pump* dengan Kategori Pemilik

Informasi Tepat terkait Masalah <i>Injection Pump</i>	Kategori Pemilik			Total
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
<i>Perceived Service</i>				
Tidak Setuju	0	2	2	4
Netral	0	6	10	16
Setuju	4	16	41	61
Sangat Setuju	1	3	15	19
<i>Expected Service</i> (I)	=	+ 6	+ 11	
Netral	0	2	1	3
Setuju	3	17	42	62
Sangat Setuju	2	8	25	35
<i>Performance Service</i> (II)				
Tidak Setuju	0	0	3	3
Netral	0	2	4	6
Setuju	4	17	45	66
Sangat Setuju	1	8	16	25

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Menurut hasil yang disajikan di Tabel 27, dapat dilihat bahwa dominasi responden terhadap pemahaman yang baik akan informasi yang tepat terkait masalah *injection pump* diungkapkan oleh 80 orang responden. Kelompok bengkel resmi semuanya mendapatkan informasi yang tepat terkait masalah *injection pump*. Kelompok bengkel umum ada 19 orang, sedangkan kelompok *end user* sebanyak 56 orang atau sekitar 82 %. Masih di Tabel 27, sebanyak 97 responden memiliki ekspektasi yang tinggi untuk mendapatkan informasi yang tepat terkait masalah *injection pump*. Hal ini terbukti yaitu kelompok bengkel resmi semuanya memiliki ekspektasi yang tinggi untuk mendapatkan informasi yang tepat, sedangkan di kelompok responden bengkel umum dan *end user* masing-masing ada 2 dan 1 responden yang memberikan jawaban netral.

Analisis gap yang terjadi pada kelompok *end user* merupakan yang terbesar dibandingkan kedua kelompok responden lainnya, hal ini menunjukkan bahwa walaupun *end user* kurang mendapatkan informasi yang akurat mengenai masalah *injection pump* tetapi memiliki **harapan yang paling tinggi**, selain itu *end user* juga termasuk responden yang **lebih sering menuntut**, yang mana terlihat diantara 9 responden yang kurang puas, 7 diantaranya berasal dari kelompok *end user*.

Tabel 28 :
Tabulasi Silang Informasi Tepat terkait Masalah *Injection Pump*
dengan Lama Menjadi Pelanggan

Informasi Tepat terkait Masalah <i>Injection Pump</i>	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Tidak Setuju	0	3	0	1	0	0	4
Netral	1	4	6	3	0	2	16
Setuju	0	17	19	11	2	12	61
Sangat Setuju	0	5	7	3	2	2	19
Expected Service							
Netral	0	2	0	1	0	0	3
Setuju	0	16	19	14	1	12	62
Sangat Setuju	1	11	13	3	3	4	35
Performance Service							
Tidak Setuju	0	2	0	1	0	0	3
Netral	1	4	1	0	0	0	6
Setuju	0	18	20	15	1	12	66
Sangat Setuju	0	5	11	2	3	4	25

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	1	23	31	17	4	16
Perceived : Expected	-1	-5	-6	-3	0	-2
KEPUASAN :	0	-4	-1	0	0	0
Expected : Performance						

Tabel 28 menunjukkan hasil tabulasi silang antara indikator pemberian informasi yang tepat dengan lama menjadi pelanggan.. Berdasarkan tabel tersebut, **semakin lama responden menjadi pelanggan, gap yang terbentuk semakin rendah walaupun setelah titik tertentu meningkat kembali.** Dalam hal kepuasan, **semakin lama responden menjadi pelanggan, semakin tinggi kepuasan yang tercapai,** yang mana terlihat dari semakin kecilnya gap *expected* dan *performance*, dan akhirnya semakin menghilang. Jadi dapat disimpulkan bahwa **semakin lama menjadi pelanggan,** responden

semakin mendapatkan informasi yang tepat terkait masalah *injection pump*.

Tabel 29 :
Ringkasan Indikator *Reliability*

Indikator <i>Reliability</i>	<i>Perceived Service (B)</i>				<i>Expected Service (C)</i>				<i>Performance Service (D)</i>			
	TS	N	S	SS	TS	N	S	SS	TS	N	S	SS
<i>Reliability 1</i>	5	16	64	15	-	8	63	29	-	9	73	18
<i>Reliability 2</i>	5	21	62	12	-	6	67	27	1	10	75	14
<i>Reliability 3</i>	4	16	61	19	-	3	62	35	3	6	66	25

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Keterangan :

TS : Tidak setuju; N : Netral; S : Setuju; SS : Sangat Setuju

Reliability 1 : Penyelesaian Masalah *Injection Pump*;

Reliability 2 : Pengerjaan *Injection Pump* tepat;

Reliability 3 : Informasi Tepat terkait Masalah *Injection Pump*

Tabel 29 menyajikan gabungan ketiga indikator *reliability*. Dari ketiga indikator tersebut, indikator **penyelesaian masalah *injection pump* pelanggan** merupakan indikator yang paling rendah tingkat kesenjangannya. Berdasarkan Tabel 29, terlihat pada *performance service*, jumlah responden yang memberikan jawaban netral untuk indikator *reliability 1* sebanyak 9 orang, indikator *reliability 2* sebanyak 10 orang, indikator *reliability 3* sebanyak 6 orang. Namun demikian, ketika dilakukan penelusuran dengan jawaban responden di pertanyaan terbuka, responden cenderung memberikan penilaian yang baik atas indikator tersebut.

ii. *Responsiveness*

1). **Indikator Responsiveness 1** : Pelayanan Cepat

Tabel 30 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Pelayanan Cepat

Pelayanan Cepat	<i>Perceive Service</i> (B.RE1)	<i>Expected Service</i> (C.RE1)	<i>Performance Service</i> (D.RE1)
Tidak Setuju	-	-	1
Netral	25	6	8
Setuju	55	67	67
Sangat Setuju	20	27	24
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

75 + 94 - 91

Tabel 30 menunjukkan dominasi responden yang mampu **menangkap informasi** mengenai pelayanan cepat adalah 75 orang, sedangkan sisanya yaitu 25 orang merasa kurang mendapat informasi yang baik berkaitan dengan kecepatan pelayanan. Masih di tabel yang sama, pada bagian *expected service*, terlihat bahwa sebanyak 94 orang memiliki **harapan yang tinggi** untuk mendapatkan pelayanan yang cepat. Pada kolom *performance service*, sejumlah 91 responden secara mayoritas memberikan penilaian yang setuju bahwa Bengkel ASSA BARU DIESEL **memberikan pelayanan yang cepat** dalam pengerjaan *injection pump*. Namun demikian, ada 9 responden yang menilai pelayanan yang diberikan kurang cepat. Berdasarkan informasi tambahan yang diungkapkan dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 37 bahwa ketika datang responden tidak langsung dilayani, terkadang melihat kondisi di bengkel apakah ramai

atau tidak, karena kalau ramai pekerjaan tetap dilakukan sesuai dengan antrian yang ada (responden no. 31, 40, 61) sehingga pelanggan harus menunggu (responden no. 41 dan 85) (lihat lampiran 3.6).

Jika dibandingkan antara pemahaman informasi yang didapat responden dan harapan yang terbentuk, semua kelompok responden **mempunyai harapan yang lebih tinggi** terkait dengan aspek pelayanan cepat. Hal ini terlihat dari **semakin sedikitnya** jumlah responden yang semula kurang menangkap informasi mengenai aspek pelayanan yang cepat dari 25 menjadi 6 orang, dan **bertambahnya** jumlah responden yang memberikan jawaban setuju yaitu dari 75 menjadi 94 orang. Ketika dibandingkan antara *expected* dan *performance*, terjadi **penurunan kepuasan yang relatif rendah**, yang mana terlihat dari **berkurangnya** responden yang mengatakan setuju dari 94 menjadi 91.

Ketika dilakukan perbandingan antara *perceived* dan *performance*, secara keseluruhan terjadi peningkatan pada responden yang mengatakan puas, sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun timbul kekecewaan tetapi mereka **cukup puas** karena mereka telah mendapat pelayanan yang cepat **sesuai dengan informasi** yang mereka dapat, walaupun **belum melebihi harapan yang mereka inginkan**.

Pada Tabel 30 masih terlihat 25 responden yang **kurang mendapat informasi** mengenai pelayanan cepat. Tabel 31 berikut ini menyajikan secara lebih detail karakteristik dan asal sumber informasi responden yang memberikan respon kurang atas pelayanan cepat.

Tabel 31 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Pelayanan Cepat

Pelayanan Cepat		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	2	2	4
	<i>Personal Selling</i>	0	1	0	1
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	0	2	2
	Teman / Kerabat / Saudara	0	5	13	18
Total		0	8	17	25

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Hasil di Tabel 31 menunjukkan bahwa dari 25 responden yang kurang mendapatkan informasi yang baik mengenai pelayanan cepat terdiri dari 8 bengkel umum dan 17 *end user*. Ketika ditelusur asal sumber informasinya, dominasi responden mendapat informasi yang kurang tentang pelayanan cepat dari teman / kerabat / saudara sebanyak 18 orang. Seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, sebagian dari mereka hanya mengetahui Bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai bengkel yang menerima perbaikan servis *injection pump* dan hasil pekerjaannya baik, namun demikian tidak ada informasi yang akurat mengenai seberapa cepat pelayanan yang diberikan.

Tabel 32 berikut merupakan hasil tabulasi silang antara aspek pelayanan yang cepat dengan kategori pemilik. Tabulasi silang dilakukan untuk melihat pola karakteristik responden dalam memberikan tanggapan terkait dengan item tersebut.

Tabel 32 :
Tabulasi Silang Pelayanan Cepat dengan Kategori Pemilik

Pelayanan Cepat	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
Perceived Service				
Netral	0	8	17	25
Setuju	4	15	36	55
Sangat Setuju	1	4	15	20
Expected Service I				
Netral	=	+ 4	+ 15	
Setuju	4	17	46	67
Sangat Setuju	1	6	20	27
Performance Service II				
Tidak Setuju	=	-	-	
Netral	0	5	3	8
Setuju	4	16	47	67
Sangat Setuju	1	6	17	24

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Di Tabel 32, dominasi tanggapan **pemahaman** yang **baik** terhadap pelayanan cepat nampak dari keseluruhan bengkel resmi, 19 dari 27 bengkel umum, serta 51 dari 68 *end user* yang mengatakan setuju. Pemahaman yang baik terkait informasi pelayanan cepat ditanggapi dengan **harapan tinggi** yang diberikan responden, bahwa tidak ada satupun dari kelompok bengkel resmi yang memiliki harapan rendah akan pelayanan yang cepat. Hal yang sama juga

nampak di kelompok bengkel umum dan *end user* yaitu 23 dari 27 serta 66 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju atau memiliki harapan tinggi untuk mendapatkan pelayanan cepat. Masih di Tabel 32, mayoritas responden menilai bengkel ASSA BARU DIESEL **memberikan pelayanan cepat**, yaitu keseluruhan bengkel resmi, 22 dari 27 bengkel umum, dan 64 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju.

Tabulasi silang indikator pelayanan cepat dengan kategori pemilik menunjukkan bahwa kelompok *end user* memiliki **gap yang terbesar** jika dibandingkan dengan kelompok responden yang lain. Hal ini berarti *end user* menunjukkan **peningkatan ekspektasi yang paling tinggi** untuk mendapatkan pelayanan yang cepat. Ketika melihat kepuasan yang dialami ketiga responden, kelompok **bengkel resmi** adalah yang memiliki **tingkat kepuasan paling tinggi**, karena *expected* dan *performance* memiliki nilai yang sama, sedangkan bengkel umum dan *end user* memiliki **tingkat kepuasan yang relatif sama**.

Penelusuran lebih lanjut dilakukan dengan tabulasi silang antara pelayanan yang cepat dengan faktor lama menjadi pelanggan. Hasilnya tersaji di Tabel 33.

Tabel 33 :
Tabulasi Silang Pelayanan Cepat dengan Lama Menjadi Pelanggan

Pelayanan Cepat	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Netral	0	8	6	7	1	3	25
Setuju	0	18	18	8	1	10	55
Sangat Setuju	1	3	8	3	2	3	20
Expected Service							
Netral	0	1	1	1	1	2	6
Setuju	0	20	22	14	0	11	67
Sangat Setuju	1	8	9	3	3	3	27
Performance Service							
Tidak Setuju	0	0	0	0	0	1	1
Netral	0	1	3	2	0	2	8
Setuju	1	22	17	14	2	11	67
Sangat Setuju	0	6	12	2	2	2	24

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	1	28	29	16	4	13
Perceived : Expected	-1	-7	-5	-6	0	-1
KEPUASAN :						
Expected : Performance	0	0	-2	-1	+1	-1

Berdasarkan Tabel 33 di atas, semakin lama responden menjadi pelanggan, gap *perceived-expected* yang tercipta **semakin menurun**, walaupun **setelah titik tertentu akan meningkat kembali**. Jika melihat kepuasan yang dialami responden, **tidak ada pola tertentu yang jelas**, yang nampak dari masih ada pelanggan lama yang sedikit tidak puas, namun ada juga yang puas, begitu pula yang terjadi pada

pelanggan baru. Namun demikian **pergeseran kepuasan** terhadap indikator pelayanan cepat terjadi **yang relatif rendah**.

2). **Indikator Responsiveness 2** : Informasi Penggantian *Spare Part*

Cepat

Tabel 34 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Informasi Penggantian *Spare Part* Cepat

Informasi Penggantian <i>Spare Part</i> Cepat	<i>Perceived Service</i> (B.RE2)	<i>Expected Service</i> (C.RE2)	<i>Performance Service</i> (D.RE2)
Tidak Setuju	-	-	2
Netral	15	3	5
Setuju	60	62	70
Sangat Setuju	25	35	23
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

$$85 + 97 - 93$$

Menurut Tabel 34 di atas, mayoritas responden menyatakan **pemahaman yang baik** mengenai penyampaian informasi yang cepat oleh Bengkel ASSA BARU DIESEL ketika *injection pump* yang diservis membutuhkan penggantian *spare part*, yaitu 85 orang. Berdasarkan tabel tersebut, **harapan tinggi** yang dimiliki responden untuk memperoleh informasi penggantian *spare part* yang cepat ditunjukkan oleh jumlah responden sebanyak 97 orang. Jika dilihat dari segi *performance*, dominasi responden atas **informasi penggantian *spare part* yang cepat** terlihat dari 93 orang yang memberikan **tanggapan setuju**.

Namun ketika dibandingkan antara *expected* dan *performance*, terjadi **penurunan kepuasan yang relatif kecil**, yaitu berkurangnya responden yang menjawab setuju dari 97 menjadi 93. Menurut mereka, seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, bahwa pemberitahuan penggantian *spare part* terkadang cepat terkadang lambat (responden no. 88), yang mana tergantung dari kerusakan *injection pump* yang diservis (responden no. 35, 72), selain itu responden juga mengeluhkan ketika kondisi bengkel ramai pihak bengkel terkadang lupa memberitahukan kondisi *injection pump* yang diservis (responden no. 36) (lihat lampiran 3.6).

Jika melihat tabel di atas, analisis gap yang terjadi menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki **harapan untuk mendapatkan yang semakin baik** atas aspek informasi penggantian *spare part* yang cepat. Hal ini didukung bukti yaitu responden yang semula kurang mendapat informasi penggantian *spare part* yang cepat sebanyak 15 orang **berkurang** menjadi 3 orang, sebaliknya jumlah responden yang semakin mantap untuk memperoleh yang lebih baik **bertambah** 12 orang.

Ketika dibandingkan antara informasi yang didapat dengan kinerja sesungguhnya yang dirasakan, jumlah responden yang memberikan jawaban setuju **semakin meningkat**. Hal ini menunjukkan bahwa responden **cukup puas** karena apa yang mereka rasakan **sudah melebihi informasi** yang mereka dapatkan, **walaupun**

kecepatan informasi yang diberikan **belum sesuai dengan yang diharapkan.**

Pada Tabel 34 diketahui masih terdapat 15 responden yang **kurang menangkap informasi** tentang penggantian *spare part* cepat. Tabel 35 berikut menampilkan tabulasi silang antara sumber informasi dan kategori pemilik untuk aspek informasi penggantian *spare part* cepat, sehingga dapat diketahui lebih lanjut siapa saja yang memberikan tanggapan kurang dan dari mana sumbernya.

Tabel 35 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Informasi Penggantian Spare Part Cepat

Informasi Penggantian Spare Part Cepat		Kategori_Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	1	2	3
	<i>Personal Selling</i>	0	0	0	0
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	0	2	2
	Teman / Kerabat / Saudara	0	3	7	10
Total		0	4	11	15

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan tabel tersebut, 3 dari 4 bengkel umum dan 7 dari 11 *end user*, **kurang mendapatkan informasi** tentang kecepatan penggantian *spare part* dari teman / kerabat / saudara. Seperti informasi tambahan yang diungkapkan dalam kuesioner terbuka, responden hanya mengetahui Bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai bengkel yang menyediakan servis *injection pump* dan *nozzle*, namun tidak diperoleh informasi yang akurat mengenai kecepatan Bengkel

ASSA BARU DIESEL dalam memberitahukan kerusakan *injection pump* dan penggantian *spare part* yang dibutuhkan.

Tabel 36 berikut menyajikan secara lebih rinci tanggapan responden sesuai dengan kategori pemilik terhadap indikator informasi penggantian *spare part* yang cepat.

Tabel 36 :
Tabulasi Silang Informasi Penggantian *Spare Part* Cepat dengan Kategori Pemilik

Informasi Penggantian <i>Spare Part</i> Cepat	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	Total
<i>Perceived Service</i>				
Netral	0	4	11	15
Setuju	3	16	41	60
Sangat Setuju	2	7	16	25
<i>Expected Service</i> I	=	+ 2	+ 10	
Netral	0	2	1	3
Setuju	3	17	42	62
Sangat Setuju	2	8	25	35
<i>Performance Service</i> II	=	=	-	
Tidak Setuju	0	0	2	2
Netral	0	2	3	5
Setuju	4	19	47	70
Sangat Setuju	1	6	16	23

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected



II. KEPUASAN = Expected : Performance



Berdasarkan Tabel 36 di atas, dominasi tanggapan responden terhadap **pemahaman baik** atas informasi penggantian *spare part* cepat terlihat dari keseluruhan bengkel resmi, 23 dari 27 bengkel

umum, dan 57 dari 68 *end user* yang mengatakan setuju. Dominasi terhadap perolehan informasi diikuti dengan harapan yang terbentuk, yaitu **hanya** 3 % responden yang memiliki **harapan netral** yang terdiri dari 2 bengkel umum dan 1 *end user*. Masih di Tabel 36, **penilaian baik** atas informasi penggantian *spare part* cepat diungkapkan oleh masing-masing kelompok responden yaitu keseluruhan bengkel resmi, 92 % bengkel umum, dan 92 % *end user* mengatakan setuju.

Jika melihat hasil *gap perceived-expected* pada masing-masing kelompok responden, *end user* merupakan responden yang memiliki **gap terbesar** dibandingkan kelompok responden yang lain, sedangkan jika dilihat dari kepuasannya, kelompok *end user* merupakan responden yang **lebih banyak menuntut**, hal ini terlihat yaitu 5 dari 7 responden yang kurang puas merupakan *end user*.

Berikut ini disajikan secara lebih rinci tanggapan pelanggan ketika dilakukan tabulasi silang dengan lama menjadi pelanggan. Hasil analisisnya tersaji di Tabel 37.

Tabel 37 :
Tabulasi Silang Informasi Penggantian Spare Part Cepat dengan Lama Menjadi Pelanggan

Informasi Penggantian Spare Part Cepat	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Netral	0	6	3	5	0	1	15
Setuju	1	20	17	10	2	10	60
Sangat Setuju	0	3	12	3	2	5	25
Expected Service	1	23	29	13	4	15	
Netral	0	2	0	1	0	0	3
Setuju	0	16	19	14	1	12	62
Sangat Setuju	1	11	13	3	3	4	35
Performance Service	1	27	32	17	4	16	
Tidak Setuju	0	2	0	0	0	0	2
Netral	0	2	3	0	0	0	5
Setuju	1	20	19	15	2	13	70
Sangat Setuju	0	5	10	3	2	3	23

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	1	25	29	18	4	16
Perceived : Expected	0	-4	-3	-3	0	-1
KEPUASAN :						
Expected : Performance	0	-2	-3	+1	0	0

Melihat hasil yang tersaji di Tabel 35, semakin lama responden menjadi pelanggan, gap yang timbul **semakin kecil** namun setelah titik tertentu, gap dapat muncul kembali. Selain itu, pelanggan **semakin puas** atas pelayanan yang diberikan, yang mana terlihat dari **semakin rendahnya gap** antara *expected* dan *performance*, bahkan **semakin menghilang**. Pergeseran kepuasan yang **negatif** terjadi pada kelompok responden 1-3 tahun dan > 3-5 tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwa **semakin lama menjadi pelanggan**, kepuasan

yang dialami **menunjukkan peningkatan** dan responden **semakin memahami seberapa cepat** Bengkel ASSA BARU DIESEL **memberikan informasi penggantian spare part.**

3). **Indikator Responsiveness 3** : Penanganan Komplain yang Cepat

Tabel 38 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Penanganan Komplain yang Cepat

Penanganan Komplain yang Cepat	<i>Perceived Service</i> (B.RE3)	<i>Expected Service</i> (C.RE3)	<i>Performance Service</i> (D.RE3)
Netral	19	7	9
Setuju	65	63	67
Sangat Setuju	16	30	24
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

81 + 93 - 91

Menurut Tabel 38, mayoritas responden mengungkapkan bahwa **sepengetahuan mereka** penanganan komplain yang dilakukan cepat, terlihat dari 81 orang yang mengatakan setuju. Harapan yang terbentuk juga **didominasi** responden yang memberikan **jawaban setuju** untuk mendapatkan penanganan komplain yang cepat yaitu ada 93 orang. Masih di tabel yang sama, responden **menilai performance** penanganan komplain yang dilakukan Bengkel ASSA BARU DIESEL **baik** yang mana terlihat dari mayoritas yaitu 91 orang yang memberikan jawaban setuju.

Perbandingan *perceived-expected service* menunjukkan bahwa mayoritas responden **memiliki ekspektasi yang semakin tinggi** atas aspek penanganan komplain yang cepat. Hal ini terlihat dari **semakin**

sedikitnya jumlah responden yang mengatakan netral dari 19 menjadi 7 orang, serta **semakin tingginya** responden yang memberikan jawaban setuju yaitu meningkat 12 orang.

Ketika dibandingkan antara *performance* dengan harapan yang terbentuk, terjadi **pergeseran kepuasan yang relatif rendah**, di mana responden yang mengatakan setuju **berkurang** dari 93 menjadi 91. Seperti yang diungkapkan mereka dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 40, 60, 62, dan 68 bahwa mereka belum pernah mendapatkan hasil yang kurang tepat dan belum pernah komplain sehingga mereka belum mengetahui seberapa cepat penanganan atas komplain tersebut.

Ketika dibandingkan antara informasi yang didapat (*perceived service*) dengan *performance service* jumlah responden yang mengatakan setuju **menunjukkan peningkatan**, yang berarti bahwa responden telah memahami seberapa cepat Bengkel ASSA BARU DIESEL dalam menangani komplain, sehingga mereka **cukup puas** atas kinerja bengkel terkait dengan indikator ini, walaupun kinerja yang dicapai **belum sesuai dengan harapan mereka**.

Di Tabel 38, diperoleh informasi masih terdapat 19 responden yang **kurang menangkap informasi** atas aspek penanganan komplain yang cepat. Tabel 39 berikut ini menyajikan hasil tabulasi silang sumber informasi dengan kategori pemilik atas indikator

penanganan komplain yang cepat, sehingga dapat diketahui siapa saja responden yang menjawab kurang dan asal sumber informasinya.

Tabel 39 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Penanganan Komplain yang Cepat

Penanganan Komplain yang Cepat		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	0	2	2
	<i>Personal Selling</i>	0	0	1	1
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	0	2	2
	Teman / Kerabat / Saudara	0	2	12	14
Total		0	2	17	19

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Penelusuran yang dilakukan menunjukkan bahwa 14 dari 19 responden mendapatkan informasi yang kurang dari teman / kerabat / saudara tentang kecepatan penanganan komplain di Bengkel ASSA BARU DIESEL, yang mana didominasi oleh *end user* sebanyak 12 orang. Seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, sebagian besar dari mereka tidak mendapatkan informasi yang akurat tentang kecepatan penanganan komplain Bengkel ASSA BARU DIESEL, namun mereka hanya mengetahui Bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai penyedia jasa perbaikan *injection pump* dan *nozzle*.

Tabel 40 berikut menyajikan secara lebih detail tanggapan responden atas penanganan komplain yang cepat ketika dilakukan tabulasi silang dengan kategori pemilik.

Tabel 40 :
Tabulasi Silang Penanganan Komplain yang Cepat dengan Kategori Pemilik

Penanganan Komplain yang Cepat	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
Perceived Service				
Netral	0	2	17	19
Setuju	5	19	41	65
Sangat Setuju	0	6	10	16
Expected Service (I)	=	- 1	+ 13	
Netral	0	3	4	7
Setuju	4	16	43	63
Sangat Setuju	1	8	21	30
Performance Service (II)	=	+	-	
Netral	0	1	8	9
Setuju	5	18	44	67
Sangat Setuju	0	8	16	24

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Menurut hasil yang tersaji di Tabel 40, sebanyak 81 responden yang mengatakan setuju terdiri dari keseluruhan bengkel resmi, 92 % bengkel umum, dan 75 % *end user*. Mayoritas kelompok responden memiliki harapan yang tinggi untuk mendapatkan penanganan komplain yang cepat, terbukti dari tidak satupun bengkel resmi yang memberikan jawaban kurang, serta hanya 3 bengkel umum, dan 4 *end user* yang mengatakan demikian.

Berdasarkan hasil tabulasi silang di atas, nampak bahwa **gap terbesar** indikator penanganan komplain yang cepat terjadi pada kelompok *end user*. Selain itu, *end user* juga **cenderung lebih menuntut** jika dibandingkan dengan kelompok responden yang lain,

yang mana 8 dari 9 orang yang mengatakan kurang atas penanganan komplain yang cepat tergolong dalam kelompok *end user*. Sebaliknya, kelompok **bengkel resmi sudah puas** bahkan **bengkel umum menyatakan sangat puas** atas kecepatan penanganan komplain yang dilakukan Bengkel ASSA BARU DIESEL.

Berikut ini di Tabel 41 disajikan secara lebih detail hasil tabulasi silang antara lama menjadi pelanggan dengan aspek penanganan komplain yang cepat.

Tabel 41 :
Tabulasi Silang Penanganan Komplain yang Cepat dengan Lama Menjadi Pelanggan

Penanganan Komplain yang Cepat	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 Tahun	
Perceived Service							
Netral	0	8	2	6	1	2	19
Setuju	1	17	25	9	1	12	65
Sangat Setuju	0	4	5	3	2	2	16
Expected Service							
Netral	0	1	1	1	1	3	7
Setuju	1	17	21	14	0	10	63
Sangat Setuju	0	11	10	3	3	3	30
Performance Service							
Netral	1	2	2	3	0	1	9
Setuju	0	20	22	12	2	11	67
Sangat Setuju	0	7	8	3	2	4	24

Sumber : data primer yang diolah, 2011

	1	27	30	15	4	15
GAP :						
Perceived : Expected	0	-7	-1	-5	0	+1
KEPUASAN :						
Expected : Performance	0	-1	-1	-2	+1	+2

Hasil di Tabel 39 menunjukkan bahwa **semakin lama responden menjadi pelanggan**, gap *perceived-expected service* yang terbentuk **semakin kecil**, dan **kepuasan** yang tercipta pun juga **semakin meningkat**. Pergeseran **kepuasan yang relatif rendah** terjadi pada sebagian kelompok responden yaitu < 1 tahun sampai > 5-7 tahun. Seperti yang mereka katakan dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 32 bahwa penanganan komplain menjadi lambat **ketika pekerjaan di bengkel ramai**, dan **frekuensinya tidak terlalu sering** hanya 2-3 kali saja (responden no. 9) (lihat lampiran 3.6).

4). **Indikator Responsiveness 4** : Penyediaan Jasa atau Servis Panggilan

Tabel 42 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan
atas Penyediaan Jasa atau Servis Panggilan

Penyediaan Jasa atau Servis Panggilan	Perceived Service (B.RE4)	Expected Service (C.RE4)	Performance Service (D.RE4)
Sangat Tidak Setuju	3	1	2
Tidak Setuju	15	7	8
Netral	47	27	53
Setuju	24	45	29
Sangat Setuju	11	20	8
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

$$35 + 65 - 37$$

Tabel 42 di atas menunjukkan dominasi responden sebanyak 65 orang mengungkapkan bahwa mereka **kurang mendapatkan pemahaman yang baik** tentang penyediaan jasa panggilan. Walaupun mayoritas responden kurang memahami penyediaan jasa

panggilan, mereka **tetap berharap** agar disediakan jasa tersebut, yang mana terdapat 65 orang yang menjawab setuju. Mayoritas responden menilai Bengkel ASSA BARU DIESEL **tidak menyediakan** jasa atau servis panggilan, terlihat dari mereka yang memberikan jawaban setuju **hanya** 37 orang. Berdasarkan data yang terungkap di kuesioner terbuka, mayoritas responden yang memberikan penilaian kurang mengatakan bahwa mereka memang **belum pernah** atau **tidak pernah memanfaatkan** jasa tersebut bahkan cenderung **tidak mengetahui** kalau bengkel ASSA BARU DIESEL menyediakan jasa panggilan. Oleh karena itu mereka berharap Bengkel ASSA BARU DIESEL menyediakan jasa tersebut sehingga ketika terjadi *trouble* di mesin dapat segera dicek (responden no. 93). Penyediaan jasa panggilan sering terkendala masalah jarak dan kurangnya tenaga terutama ketika kondisi di bengkel ramai, sehingga beberapa kali responden mengalami penolakan (responden no. 42) (lihat lampiran 3.6).

Analisis gap dilakukan dengan membandingkan antara *perceived-expected service*. Masih di Tabel 44, hasilnya menunjukkan bahwa walaupun masih ada responden yang memberikan harapan kurang atas penyediaan jasa panggilan, namun secara keseluruhan terdapat **peningkatan ekspektasi** dari responden untuk semakin mendapatkan yang lebih baik atas aspek tersebut. Hal itu terbukti dari **berkurangnya** responden yang memberikan jawaban kurang setuju

sebanyak 30 orang, sebaliknya responden yang setuju **meningkat** menjadi 65 orang. Ketika dibandingkan antara harapan dengan hasil yang sesungguhnya, terjadi **penurunan kepuasan** atas aspek penyediaan jasa panggilan, yaitu responden yang menjawab setuju **menurun** jumlahnya dari 65 menjadi 37 orang.

Ketika dibandingkan saat responden mendapatkan informasi dan hasil yang dirasakan, masing-masing kelompok responden memberikan jawaban yang relatif sama. Hal ini menunjukkan bahwa **minimal** responden merasakan apa **sesuai** dengan yang informasi yang didapatkan walaupun **sebenarnya masih jauh dari yang mereka harapkan**.

Telah dijelaskan sebelumnya bahwa di Tabel 42 terdapat 65 responden yang kurang menangkap informasi mengenai penyediaan jasa panggilan. Tabel 43 berikut memperlihatkan secara lebih rinci kelompok responden dan asal sumber informasi responden yang mengatakan demikian.

Tabel 43 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Penyediaan Jasa atau Servis Panggilan

Penyediaan Jasa atau Servis Panggilan		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	3	4	7
	<i>Personal Selling</i>	2	0	1	3
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	1	2	6	9
	Teman / Kerabat / Saudara	0	14	32	46
Total		3	19	43	65

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 43 menunjukkan bahwa 46 dari 65 orang **kurang mendapatkan informasi yang jelas** dari teman / kerabat / saudara mengenai penyediaan jasa panggilan oleh Bengkel ASSA BARU DIESEL. Masih di tabel tersebut, dari 46 responden itu, 14 merupakan bengkel umum dan 32 adalah *end user*.

Berikut ini disajikan hasil tabulasi silang antara penyediaan jasa panggilan dengan kategori pemilik, sehingga dapat diketahui secara lebih detail variasi jawaban responden. Hasil analisis terjadi di Tabel 44.

Tabel 44 :
Tabulasi Silang Penyediaan Jasa atau Servis Panggilan dengan Kategori Pemilik

Penyediaan Jasa atau Servis Panggilan	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
Perceived Service				
Sangat Tidak Setuju	0	0	3	3
Tidak Setuju	0	7	8	15
Netral	3	12	32	47
Setuju	1	5	18	24
Sangat Setuju	1	3	7	11
Expected Service I	+ 1	+ 9	+ 20	
Sangat Tidak Setuju	0	0	1	1
Tidak Setuju	0	3	4	7
Netral	2	7	18	27
Setuju	1	14	30	45
Sangat Setuju	2	3	15	20
Performance Service II	=	-	-	
Sangat Tidak Setuju	0	1	1	2
Tidak Setuju	0	3	5	8
Netral	2	11	40	53
Setuju	2	10	17	29
Sangat Setuju	1	2	5	8

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Berdasarkan Tabel 44, dominasi responden terhadap kurangnya pemahaman yang baik mengenai penyediaan jasa panggilan, terlihat dari mayoritas kelompok responden yaitu 3 dari 5 bengkel resmi, 19 dari 27 bengkel umum, dan 43 dari 68 *end user*. Responden yang memberikan harapan tinggi untuk penyediaan fasilitas ini sebanyak 65 orang yaitu 3 dari 5 bengkel resmi, 17 dari 27 bengkel umum, dan 45 dari 68 *end user*. Peningkatan harapan di kelompok *end user* dikarenakan mereka kurang memahami seluk-beluk *injection pump* dengan baik jika dibandingkan bengkel resmi ataupun bengkel umum, sehingga ketika ada permasalahan, Bengkel ASSA BARU DIESEL diharapkan mau segera datang untuk menyelesaikan masalah yang ada.

Berdasarkan Tabel 44, responden yang memanfaatkan jasa tersebut **mayoritas adalah *end user***, yang mana berdasarkan keterangan tambahan yang terungkap dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 1 dan 50 bahwa ketika terjadi permasalahan mesin diesel atau genzet di lokasi proyek dan bongkar pasang forklift (responden no. 6). *Gap perceived-expected service* yang terjadi pada kelompok **end user** adalah **yang terbesar**. Ketika dilihat kepuasan yang dicapai, **hanya kelompok bengkel resmi** yang **puas** atas pelayanan yang diberikan, sedangkan bengkel umum dan *end user* mengalami ketidakpuasan, namun yang **terbesar terjadi di**

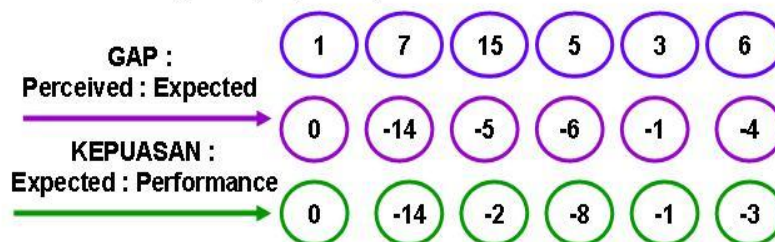
kelompok *end user*, yang mana 46 dari 63 responden yang kurang puas berasal dari kelompok *end user*.

Tabel 45 berikut ini menyajikan secara lebih detail mengenai pergeseran kepuasan yang terjadi ketika dilihat dari lama responden menjadi pelanggan.

Tabel 45 :
Tabulasi Silang Penyediaan Jasa atau Servis Panggilan dengan Lama Menjadi Pelanggan

Penyediaan Jasa atau Servis Panggilan	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Sangat Tidak Setuju	0	1	1	0	0	1	3
Tidak Setuju	0	5	5	3	1	1	15
Netral	0	16	14	8	0	9	47
Setuju	1	6	7	5	1	4	24
Sangat Setuju	0	1	5	2	2	1	11
Expected Service	1	7	12	7	3	5	
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	1	1
Tidak Setuju	0	2	3	1	0	1	7
Netral	0	6	12	4	0	5	27
Setuju	1	16	10	11	3	4	45
Sangat Setuju	0	5	7	2	1	5	20
Performance Service	1	21	17	13	4	9	
Sangat Tidak Setuju	0	2	0	0	0	0	2
Tidak Setuju	0	2	2	3	0	1	8
Netral	0	18	15	10	1	9	53
Setuju	1	7	10	4	2	5	29
Sangat Setuju	0	0	5	1	1	1	8

Sumber : data primer yang diolah, 2011



Berdasarkan Tabel 45 tersebut, gap *perceived-expected service* yang terjadi sangat variatif namun, **semakin lama menjadi pelanggan nilai gap semakin kecil**, walaupun pada titik tertentu meningkat kembali. **Penurunan kepuasan** juga dirasakan oleh semua kelompok responden dari 1-11 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa baik pelanggan lama ataupun pelanggan baru **sama-sama menginginkan tersedianya fasilitas jasa panggilan**.

Tabel 46 :
Ringkasan Indikator *Responsiveness*

Indikator <i>Responsiveness</i>	<i>Perceived Service (B)</i>					<i>Expected Service (C)</i>					<i>Performance Service (D)</i>				
	STS	TS	N	S	SS	STS	TS	N	S	SS	STS	TS	N	S	SS
<i>Responsiveness 1</i>	-	-	25	55	20	-	-	6	67	27	-	1	8	67	24
<i>Responsiveness 2</i>	-	-	15	60	25	-	-	3	62	35	-	2	5	70	23
<i>Responsiveness 3</i>	-	-	19	65	16	-	-	7	63	30	-	-	9	67	24
<i>Responsiveness 4</i>	3	15	47	24	11	1	7	27	45	20	2	8	53	29	8

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju; TS : Tidak Setuju; N : Netral; S : Setuju; SS : Sangat Setuju

Responsiveness 1 : Pelayanan Cepat;

Responsiveness 2 : Informasi Penggantian Spare Part Cepat;

Responsiveness 3 : Penangan Komplain yang Cepat;

Responsiveness 4 : Penyediaan Jasa atau Servis Panggilan

Tabel 46 menyajikan gabungan untuk indikator *responsiveness*. Berdasarkan tabel tersebut, indikator **penanganan komplain yang cepat** merupakan indikator yang paling rendah tingkat kesenjangannya. Berdasarkan tabel di atas, jumlah responden yang memberikan jawaban netral atas *performance service* paling banyak

adalah untuk indikator *responsiveness* 4 sebanyak 53 orang, sedangkan untuk indikator *responsiveness* 1 sebanyak 8 orang, indikator *responsiveness* 2 sebanyak 5 orang, dan indikator *responsiveness* 3 sebanyak 9 orang. Selain indikator *responsiveness* 4, semuanya menunjukkan respon jawaban yang baik. Mayoritas responden yang menjawab netral atas indikator *responsiveness* 4 memang tidak pernah atau belum pernah merasakan jasa atau servis panggilan yang disediakan Bengkel ASSA BARU DIESEL.

iii. Assurance

1). Indikator Assurance 1 : Garansi Pengerjaan *Injection Pump*

Tabel 47 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas
Garansi Pengerjaan *Injection Pump*

Garansi Pengerjaan <i>Injection Pump</i>	<i>Perceived Service</i> (B.A1)	<i>Expected Service</i> (C.A1)	<i>Performance Service</i> (D.A1)
Tidak Setuju	-	-	1
Netral	22	10	14
Setuju	53	56	67
Sangat Setuju	25	34	18
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

78 + 90 - 85

Tabel 47 menyajikan dominasi jawaban responden mengenai **pemahaman informasi yang baik** atas garansi pengerjaan *injection pump* sebanyak 78 orang. Masih di tabel yang sama, mayoritas responden yaitu 90 orang, memiliki **harapan yang tinggi** untuk mendapatkan garansi atas pengerjaan *injection pump* yang mereka servis. Penilaian atas *performance service* garansi pengerjaan

injection pump Bengkel ASSA BARU DIESEL **baik** yang nampak dari 85 orang memberikan jawaban setuju. Berdasarkan keterangan tambahan yang terungkap dalam kuesioner terbuka, mayoritas responden mendapatkan garansi berupa servis ulang tanpa dikenakan biaya dengan syarat segel *injection pump* masih ada (responden no. 68) serta dalam tempo satu bulan setelah tanggal servis (responden no. 79). Selain itu jika sebelumnya hanya membawa *injection pump* saja dan hasilnya belum maksimal diperbolehkan membawa mobilnya untuk dicek lebih lanjut (responden no. 35) (lihat lampiran 3.7).

Walaupun responden mayoritas menjawab setuju, berdasarkan tabel yang ada nampak terjadi **pergeseran kepuasan yang relatif kecil** atas aspek penyediaan garansi *injection pump*, yaitu jumlah responden yang mengatakan setuju **berkurang** dari 90 menjadi 85. Seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, yaitu oleh responden no. 74 bahwa responden memang tidak mengetahui dan belum pernah komplain (responden no. 87) sehingga tidak mengetahui garansi seperti apa yang disediakan Bengkel ASSA BARU DIESEL.

Perbandingan *perceived-expected service* yang nampak di Tabel 49 memperlihatkan bahwa walaupun mereka kurang dapat menangkap informasi yang ada, mereka tetap **mempunyai harapan yang lebih tinggi** atas aspek garansi, yang mana **semakin rendahnya** jumlah responden yang menjawab netral yaitu dari 22 menjadi 10, dan responden yang memberikan jawaban sangat setuju pun **meningkat**

dari 78 menjadi 90 orang. Ketika dibandingkan antara *perceived* dan *performance*, nampak bahwa hasil yang dirasakan responden melebihi informasi yang mereka dapatkan, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden **cukup puas** dengan penyediaan garansi *injection pump* yang ada, **walaupun belum seperti yang diharapkan.**

Masih di Tabel 47, diketahui terdapat 22 orang yang **kurang mendapatkan informasi yang akurat** mengenai garansi pengerjaan *injection pump*. Oleh karena itu, dilakukan penelusuran terhadap asal sumber informasinya. Hasilnya tersaji di Tabel 48 berikut ini.

Tabel 48 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Garansi Pengerjaan *Injection Pump*

Garansi Pengerjaan <i>Injection Pump</i>		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	2	1	3
	<i>Personal Selling</i>	0	0	1	1
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	1	3	4
	Teman / Kerabat / Saudara	0	4	10	14
Total		0	7	15	22

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 48, dominasi responden mengatakan kurang menangkap informasi atas aspek garansi pengerjaan *injection pump* dari teman / kerabat / saudara mereka, yaitu sebanyak 14 orang, terdiri dari 4 bengkel umum dan 10 *end user*. Tabulasi silang dilakukan untuk melihat analisis secara lebih mendalam terkait dengan faktor kategori pemilik. Hasilnya tersaji di Tabel 49 di bawah ini.

Tabel 49 :
Tabulasi Silang Garansi Pengerjaan *Injection Pump*
dengan Kategori Pemilik

Garansi Pengerjaan <i>Injection Pump</i>	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	Total
<i>Perceived Service</i>				
Netral	0	7	15	22
Setuju	3	13	37	53
Sangat Setuju	2	7	16	25
<i>Expected Service</i> I	=	+ 3	+ 9	
Netral	0	4	6	10
Setuju	3	14	39	56
Sangat Setuju	2	9	23	34
<i>Performance Service</i> II	=	+	-	
Tidak Setuju	0	0	1	1
Netral	0	3	11	14
Setuju	5	21	41	67
Sangat Setuju	0	3	15	18

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Menurut tabel yang disajikan di atas, dominasi responden atas pemahaman informasi penyediaan garansi pengerjaan *injection pump* nampak juga pada masing-masing kategori pemilik yaitu keseluruhan bengkel resmi, 20 dari 27 bengkel umum, dan 53 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju tentang penyediaan garansi. Jika dilihat dari segi harapan, semua bengkel resmi, 82 % bengkel umum, dan 91 % *end user* memiliki harapan yang tinggi untuk mendapatkan garansi atas setiap *injection pump* yang diservis.

Tabel 49 juga menyajikan tanggapan responden atas *performance* terhadap aspek garansi pengerjaan *injection pump*. Dominasi responden memberikan penilaian baik yaitu 85 orang yang menjawab setuju atas penyediaan garansi Bengkel ASSA BARU DIESEL, yang terdiri dari keseluruhan bengkel resmi, 88 % bengkel umum, dan 82 % *end user*.

Gap yang tercipta diantara ketiga kelompok responden tersebut, yang terbesar terjadi pada **kelompok *end user***. Hal ini menunjukkan bahwa *end user* memiliki harapan yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan bengkel resmi dan bengkel umum. Selain itu, jika melihat kepuasan yang dialami responden, *end user* merupakan kelompok responden yang **lebih menuntut**, hal ini terlihat dari **tingginya harapan** mereka dan mayoritas responden yang kurang puas berasal dari kelompok *end user*, yaitu 12 dari 15 responden yang mengatakan kurang merupakan kelompok tersebut. Jika melihat pergeseran kepuasan yang ada disajikan lebih detail pada Tabel 50 dengan melakukan tabulasi silang dengan lama menjadi pelanggan.

Tabel 50 :
Tabulasi Silang Garansi Pengerjaan *Injection Pump*
dengan Lama Menjadi Pelanggan

Garansi Pengerjaan <i>Injection Pump</i>	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Netral	0	6	5	6	1	4	22
Setuju	0	16	17	10	2	8	53
Sangat Setuju	1	7	10	2	1	4	25
Expected Service							
Netral	0	2	5	1	0	2	10
Setuju	0	16	17	14	2	7	56
Sangat Setuju	1	11	10	3	2	7	34
Performance Service							
Tidak Setuju	0	1	0	0	0	0	1
Netral	0	6	5	2	0	1	14
Setuju	1	20	19	14	3	10	67
Sangat Setuju	0	2	8	2	1	5	18

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	1	22	27	16	4	15
Perceived : Expected	0	-4	0	-5	-1	-2
KEPUASAN :						
Expected : Performance	0	-5	0	-1	0	+1

Berdasarkan hasil Tabel 47, terlihat bahwa semakin lama menjadi pelanggan, gap yang terjadi mengalami tren menurun, yaitu responden semakin mengenal bagaimana garansi pengerjaan *injection pump* Bengkel ASSA BARU DIESEL. Sebaliknya, kepuasan responden yang sudah lama menjadi pelanggan akan semakin meningkat. Rasa kekecewaan terbesar terjadi pada mereka yang menjadi pelanggan selama 1-3 tahun, terlihat dari menurunnya

jumlah responden dari 27 menjadi 22 orang. Hal ini dikarenakan sebagai pelanggan yang relatif baru, mereka sering tidak mengetahui mengenai pemberian garansi yang ada, sehingga ketika mereka merasakan hasil pekerjaan yang tidak tepat responden langsung melakukan penyetelan sendiri dengan memutus segel yang ada, akibatnya pihak bengkel pun menganggap garansi hilang, dan harus dilakukan pengetesan ulang serta dikenakan biaya.

2). Indikator Assurance 2 : Kejujuran Karyawan

Tabel 51 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Kejujuran Karyawan

Kejujuran Karyawan	<i>Perceived Service</i> (B.A2)	<i>Expected Service</i> (C.A2)	<i>Performance Service</i> (D.A2)
Netral	21	9	8
Setuju	58	59	68
Sangat Setuju	21	32	24
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

79 + 91 + 92

Tabel 51 menyajikan dominasi **tanggapan** responden yang **baik** terhadap pemahaman aspek kejujuran karyawan, yang mana terlihat dari 79 orang yang memberikan jawaban setuju. Pemahaman yang baik atas aspek ini menimbulkan harapan yang tinggi, di mana mayoritas responden yaitu 91 orang **memiliki harapan yang tinggi** atas kejujuran karyawan bengkel ASSA BARU DIESEL ketika mengerjakan *injection pump*. Masih di tabel yang sama, mayoritas responden memberikan **penilaian yang baik** atas kejujuran karyawan

bengkel ASSA BARU DIESEL, yang nampak dari 92 orang yang menjawab setuju. Seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 2 bahwa karyawan bengkel ASSA BARU DIESEL jujur dan terbuka, mengatakan kondisi sesungguhnya *injection pump* yang diservis (responden no 5), memberitahukan kelayakan kondisi *spare part injection pump* (responden no. 34), dan membawakan *spare part* bekas sebagai bukti telah dilakukan penggantian *spare part* (responden no. 43) (lihat lampiran 3.7).

Namun demikian, masih terdapat 9 orang yang memberikan jawaban netral. Berdasarkan keterangan tambahan yang diungkapkan dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 68 bahwa responden tidak mengetahui secara pasti bentuk kejujuran karyawan, karena mereka tidak dapat sepenuhnya mengontrol kondisi selama di bengkel, dan hanya menaruh rasa percaya saja kepada Bengkel ASSA BARU DIESEL (responden no 24) (lihat lampiran 3.7).

Perbandingan antara *perceived-expected service* aspek kejujuran karyawan menunjukkan **adanya peningkatan ekspektasi** dari responden. Hal tersebut secara nyata terlihat di Tabel 53 yaitu **semakin rendahnya** jumlah responden yang memberikan jawaban netral dari 21 menjadi 9 orang, serta **semakin bertambahnya** jumlah responden yang mengatakan setuju sebanyak 12 orang. Berdasarkan Tabel 53, ketika dibandingkan antara *expected* dan *performance*,

terjadi **sedikit peningkatan kepuasan** yaitu bertambahnya responden yang mengatakan setuju sebanyak 1 orang.

Ketika dibandingkan antara informasi yang didapat dengan kenyataan yang dirasakan, responden yang menjawab setuju menunjukkan **peningkatan**. Hal ini menunjukkan bahwa responden telah memahami kejujuran karyawan Bengkel ASSA BARU DIESEL, dan kenyataan yang dirasakan melebihi informasi yang didapat sehingga dapat disimpulkan responden **puas** atas kejujuran karyawan

Sebelumnya di Tabel 51 terlihat masih ada 21 responden yang **kurang mendapat informasi** mengenai kejujuran karyawan, oleh karena itu Tabel 52 berikut ini akan menyajikan hasil tabulasi silang antara sumber informasi dan kategori pemilik yang merespon kurang atas kejujuran karyawan.

Tabel 52 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Kejujuran Karyawan

Kejujuran Karyawan		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	1	2	3
	Personal Selling	1	0	0	1
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	0	2	2
	Teman / Kerabat / Saudara	0	2	13	15
Total		1	3	17	21

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 52 tersebut, nampak bahwa dominasi responden yang kurang mendapat informasi mengenai Bengkel ASSA

BARU DIESEL dari teman / kerabat / saudara sebanyak 15 orang, terutama didominasi oleh *end user*. Berdasarkan keterangan yang terungkap dalam kuesioner terbuka, mayoritas responden hanya mengetahui Bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai penyedia servis *injection pump* dan *nozzle*, tanpa memberikan informasi yang lain, khususnya mengenai kejujuran karyawan dalam pengerjaan *injection pump*. Tabel 53 berikut ini menyajikan secara lebih detail mengenai karakteristik responden dengan tabulasi silang faktor kategori pemilik.

Tabel 53 :
Tabulasi Silang Kejujuran Karyawan dengan Kategori Pemilik

Kejujuran Karyawan	Kategori Pemilik			Total
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	
<i>Perceived Service</i>				
Netral	1	3	17	21
Setuju	3	19	36	58
Sangat Setuju	1	5	15	21
<i>Expected Service</i> (I)	+ 1	=	+ 11	
Netral	0	3	6	9
Setuju	3	17	39	59
Sangat Setuju	2	7	23	32
<i>Performance Service</i> (II)	-	+	-	
Netral	1	0	7	8
Setuju	4	18	46	68
Sangat Setuju	0	9	15	24

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Menurut tabel di atas, dominasi tanggapan responden atas pemahaman kejujuran karyawan terbukti 4 dari 5 bengkel resmi, 24 dari 27 bengkel umum, dan 51 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju. Masih di Tabel 53, jawaban responden mengenai harapan akan kejujuran karyawan dominan adalah setuju yaitu terlihat dari keseluruhan bengkel resmi, 88 % bengkel umum, dan 91 *end user*. Responden memberikan penilaian baik atas aspek kejujuran karyawan. Mayoritas dari kelompok responden yaitu 4 dari 5 bengkel resmi, keseluruhan bengkel umum, dan 61 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju.

Berdasarkan hasil tabulasi silang di atas, **gap** *perceived-expected* atas indikator kejujuran karyawan yang **terbesar** terjadi di kelompok *end user*, sedangkan jika dilihat dari tingkat kepuasannya, masing-masing kelompok responden memiliki tingkat kepuasan yang relatif sama, namun jika dilihat lebih teliti lagi, diantara 8 responden yang mengatakan kurang puas, 7 orang termasuk dalam kelompok *end user*.

Oleh karena itu, dilakukan tabulasi silang dengan lama menjadi pelanggan untuk melihat secara lebih detail kelompok responden mana yang mengalami hal demikian. Hasilnya tersaji di Tabel 54 berikut ini.

Tabel 54 :
Tabulasi Silang Kejujuran Karyawan dengan Lama Menjadi Pelanggan

Kejujuran Karyawan	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 Tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Netral	0	10	3	3	2	3	21
Setuju	1	16	20	11	0	10	58
Sangat Setuju	0	3	9	4	2	3	21
Expected Service							
Netral	0	3	2	0	1	3	9
Setuju	0	15	18	16	0	10	59
Sangat Setuju	1	11	12	2	3	3	32
Performance Service							
Netral	1	6	1	0	0	0	8
Setuju	0	18	20	15	2	13	68
Sangat Setuju	0	5	11	3	2	3	24

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	0	23	31	18	4	16
Perceived : Expected	0	-7	-1	-3	-1	0
KEPUASAN :						
Expected : Performance	-1	-3	+1	0	+1	+3

Menurut tabel di atas, gap *perceived-expected* yang terjadi atas indikator kejujuran karyawan yaitu **semakin lama menjadi pelanggan, gap yang terjadi menunjukkan tren yang menurun**, selain itu **semakin lama menjadi pelanggan, kepuasan yang terjadi semakin tinggi**. Hal ini terbukti di mana pergeseran kepuasan yang negatif hanya dialami oleh responden < 1 tahun dan 1-3 tahun.

Tabel 55 :
Ringkasan Indikator Assurance

Indikator Assurance	Perceived Service (B)				Expected Service (C)				Performance Service (D)			
	TS	N	S	SS	TS	N	S	SS	TS	N	S	SS
Assurance 1	-	22	53	25	-	10	56	34	1	14	67	18
Assurance 2	-	21	58	21	-	9	59	32	-	8	68	24

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Keterangan :

STS : Sangat Tidak setuju; TS : Tidak setuju; N : Netral; S : Setuju; SS : Sangat Setuju

Assurance 1 : Garansi Pengerjaan Injection Pump;

Assurance 2 : Kejujuran Karyawan

Tabel 55 menyajikan gabungan untuk indikator *assurance*. Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa indikator **kejujuran karyawan** menunjukkan tren peningkatan dan dapat dikatakan sebagai indikator yang paling rendah tingkat kesenjangannya. Masih di tabel yang sama, responden yang menjawab netral atas penilaian *performance service* masing-masing untuk indikator *assurance 1* *assurance 2* adalah 14 dan 8 orang. Ketika dilakukan penelusuran lebih detail atas tanggapan yang mereka berikan dalam pernyataan terbuka, mayoritas responden yang menjawab netral tetap memberikan respon jawaban yang positif, walaupun ada juga yang tidak memberikan pendapat.

iv. *Empathy*

1). **Indikator *Empathy* 1** : Pelayanan Ramah

Tabel 56 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Pelayanan Ramah

Pelayanan Ramah	<i>Perceived Service</i> (B.E1)	<i>Expected Service</i> (C.E1)	<i>Performance Service</i> (D.E1)
Tidak Setuju	-	-	1
Netral	13	5	4
Setuju	58	60	66
Sangat Setuju	29	35	29
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

$$87 + 95 = 95$$

Tabel 56 menyajikan hasil distribusi frekuensi aspek pelayanan ramah. Berdasarkan tabel tersebut, dominasi responden terhadap **pemahaman yang baik** atas pelayanan ramah nampak dari 87 orang yang mengatakan setuju. Tanggapan responden terhadap harapan pelayanan ramah didominasi responden yang mengatakan setuju sebanyak 95 orang, yang berarti bahwa responden memiliki **harapan yang tinggi** atas aspek tersebut. Ketika melihat *performance service*, mayoritas responden memberikan **penilaian baik** atas pelayanan ramah Bengkel ASSA BARU DIESEL, yang terlihat dari 95 orang yang memberikan jawaban setuju. Seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, responden mengungkapkan pelayanan ramah yang dirasakan nampak dalam hal : memberikan sapaan (responden no. 4), senyuman (responden no. 6), komunikatif dan konsultatif (responden no. 35 dan 39), serta sopan (responden no. 77). Namun demikian

masih ada 5 responden yang memberikan **penilaian kurang**. Berdasarkan yang terungkap dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no 96, bahwa responden menilai kurang ramah mungkin karena belum kenal secara akrab (lihat lampiran 3.7).

Ketika dibandingkan antara *perceived service* dan *expected service* terhadap aspek pelayanan yang ramah, terjadi gap yang menunjukkan **peningkatan harapan** atas aspek pelayanan yang ramah. Hal ini terbukti dari **berkurangnya** jumlah responden yang memberikan jawaban netral dari 13 menjadi 8 orang, dan **meningkatnya** responden yang menjawab setuju dari 87 menjadi 95 orang. Ketika harapan dibandingkan dengan kenyataan, responden mengalami **kepuasan**, yang mana terlihat dari jumlah responden yang mengatakan setuju adalah **sama** yaitu 95 orang. Ketika dibandingkan antara informasi yang didapat dan yang sesungguhnya dirasakan, jumlah responden yang memberikan penilaian baik **meningkat** bahkan **sesuai dengan yang diharapkan**. Hal ini menunjukkan bahwa responden **puas** atas kinerja bengkel terkait dengan indikator pelayanan ramah.

Di Tabel 56 nampak masih terdapat 13 responden yang **kurang menangkap informasi** mengenai aspek pelayanan ramah, oleh karena itu dilakukan tabulasi silang sumber informasi dengan kategori pemilik responden yang memberikan tanggapan kurang. Hasil tabulasi silang tersaji di Tabel 57.

Tabel 57 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Pelayanan Ramah

Pelayanan Ramah		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	1	1	2
	<i>Personal Selling</i>	0	0	0	0
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	0	2	2
	Teman / Kerabat / Saudara	0	2	7	9
Total		0	3	10	13

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Seperti yang terlihat di Tabel 57, sebanyak 9 orang **kurang mendapatkan informasi yang baik** dari teman / kerabat / saudara mengenai pelayanan ramah Bengkel ASSA BARU DIESEL. Seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, informasi yang mereka dapat seringkali hanya mengatakan Bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai penyedia jasa servis *injection pump*, dan hasil pengerjaannya baik, namun tidak terdapat informasi yang pasti mengenai aspek pelayanan ramah. Tabel 58 berikut ini menyajikan secara lebih detail tanggapan responden menurut kategori pemilik.

Tabel 58 :
Tabulasi Silang Pelayanan Ramah dengan Kategori Pemilik

Pelayanan Ramah	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
<i>Perceived Service</i>				
Netral	0	3	10	13
Setuju	4	16	38	58
Sangat Setuju	1	8	20	29
<i>Expected Service</i> (I)	=	+ 1	+ 7	
Netral	0	2	3	5
Setuju	3	15	42	60
Sangat Setuju	2	10	23	35
<i>Performance Service</i> (II)	=	+	-	
Tidak Setuju	0	0	1	1
Netral	0	1	3	4
Setuju	4	19	43	66
Sangat Setuju	1	7	21	29

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Tabel 58 di atas menunjukkan dominasi responden atas pemahaman aspek pelayanan ramah juga nampak pada masing-masing kelompok responden, yaitu keseluruhan bengkel resmi, 24 dari 27 bengkel umum, dan 58 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju. Pemahaman yang baik berdampak pada pembentukan harapan yang tinggi. Masih di tabel yang sama, keseluruhan bengkel resmi, 92 % bengkel resmi, dan 95 % *end user* memiliki harapan yang tinggi untuk mendapatkan pelayanan ramah. Begitu pula atas

performance service, masing-masing kelompok responden mayoritas juga mengatakan setuju.

Berdasarkan hasil tabulasi silang di atas, **gap perceived-expected service** yang dialami *end user* adalah yang **terbesar** jika dibandingkan dengan kelompok responden yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa *end user* **memiliki ekspektasi yang lebih tinggi** jika dibandingkan dengan bengkel resmi dan bengkel umum. Jika melihat kepuasan yang dialami responden, *end user* merupakan responden yang **lebih banyak menuntut**, yang mana 4 dari 5 responden yang mengatakan kurang puas berasal dari kelompok *end user*.

Berikut ini dilakukan penelusuran yang lebih detail atas aspek pelayanan ramah melalui tabulasi silang dengan faktor lama menjadi pelanggan. Hasil analisis tersaji di Tabel 59.

Tabel 59 :
Tabulasi Silang Pelayanan Ramah dengan Lama Menjadi Pelanggan

Pelayanan Ramah	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Netral	0	6	1	5	0	1	13
Setuju	1	16	18	10	2	11	58
Sangat Setuju	0	7	13	3	2	4	29
Expected Service	1	23	31	13	4	15	
Netral	1	2	0	0	0	2	5
Setuju	0	17	17	15	1	10	60
Sangat Setuju	0	10	15	3	3	4	35
Performance Service	0	27	32	18	4	14	
Tidak Setuju	0	0	0	1	0	0	1
Netral	0	3	1	0	0	0	4
Setuju	1	21	18	13	2	11	66
Sangat Setuju	0	5	13	4	2	5	29

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	1	26	31	17	4	16
Perceived : Expected						
→	-1	-4	-1	-5	0	+1
KEPUASAN :						
Expected : Performance						
→	+1	-1	-1	-1	0	+2

Berdasarkan tabel di atas, **semakin lama responden menjadi pelanggan Bengkel ASSA BARU DIESEL, gap negatif yang muncul semakin lama semakin berkurang dan berubah menjadi positif**, yang berarti bahwa **kualitas jasa semakin baik**, begitu pula dengan kepuasan yaitu responden yang **telah lama menjadi pelanggan menunjukkan kepuasan yang tinggi** jika dibandingkan yang baru menjadi pelanggan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin

lama menjadi pelanggan, hubungan yang tercipta semakin erat sehingga Bengkel ASSA BARU DIESEL semakin memahami pelanggan, dan akhirnya tercipta kepuasan bagi pelanggan.

2). **Indikator *Empathy 2*** : Kesiediaan Karyawan Mendengarkan Keluhan Pelanggan

Tabel 60 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Kesiediaan Karyawan Mendengarkan Keluhan Pelanggan

Kesiediaan Karyawan Mendengarkan Keluhan Pelanggan	<i>Perceived Service</i> (B.E2)	<i>Expected Service</i> (C.E2)	<i>Performance Service</i> (D.E2)
Netral	18	4	7
Setuju	55	64	70
Sangat Setuju	27	32	23
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

$$82 + 96 - 93$$

Tabel 60 memperlihatkan hasil distribusi frekuensi tanggapan pelanggan terhadap aspek kesiediaan karyawan dalam mendengarkan keluhan pelanggan. Di tabel tersebut, dominasi responden yang **mampu menangkap informasi dengan baik** sebanyak 82 orang. Masih di tabel yang sama, mayoritas responden yaitu 96 orang, mempunyai **harapan yang tinggi** supaya karyawan bersedia mendengarkan dan menanggapi keluhan yang mereka sampaikan.

Performance service pun didominasi responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 93 orang, sehingga dapat disimpulkan bahwa karyawan Bengkel ASSA BARU DIESEL **dinilai baik** dalam mendengarkan keluhan pelanggan. Seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, karyawan Bengkel ASSA BARU

DIESEL selalu merespon setiap keluhan yang disampaikan (responden no. 5), mendengarkan dengan sabar (responden no. 7), dan memberikan solusi atas persoalan yang dihadapi (responden no. 48) (lihat lampiran 3.7).

Analisis gap dilakukan untuk mengetahui persepsi pelanggan atas kualitas jasa yang terbentuk atas informasi yang mereka dapatkan. Tabel 60 menunjukkan terjadi **peningkatan ekspektasi** terhadap indikator kesediaan karyawan mendengarkan keluhan pelanggan. Responden yang datang tanpa memperoleh informasi yang jelas, **tetap berharap** mendapatkan hasil yang lebih baik, yang mana terlihat dari **semakin rendahnya** responden yang memberikan jawaban netral. Responden yang sudah memahami juga **semakin menginginkan** agar karyawan Bengkel ASSA BARU DIESEL mendengarkan dan memahami keluhan mereka, yang mana terlihat dari **semakin banyaknya** responden yang menjawab setuju yaitu dari 82 menjadi 96.

Ketika dibandingkan antara harapan dengan kenyataan, telah terjadi **penurunan kepuasan yang relatif rendah** pelanggan, di mana responden mengatakan setuju menurun dari 96 menjadi 93 orang. Ketika ditelusur dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 8 bahwa kesediaan karyawan dalam mendengarkan keluhan relatif biasa. Responden yang demikian hanya meninggalkan *injection pump* dan tidak menunggu selama proses servis serta akan

mengambilnya kembali setelah selesai, sehingga belum mengetahui seberapa besar kesediaan karyawan dalam mendengarkan keluhan (responden no. 68) (lihat lampiran 3.7). Ketika dibandingkan antara informasi yang didapat dengan kenyataan yang dirasakan terjadi gap, di mana apa yang dirasakan responden **melebihi** informasi yang mereka dapatkan, sehingga dapat dikatakan bahwa responden **cukup puas** atas kesediaan karyawan mendengarkan keluhan mereka, walaupun belum seperti yang mereka harapkan.

Namun demikian, seperti yang tersaji pada Tabel 60, masih ada 18 orang yang **kurang mendapatkan informasi** mengenai kesediaan karyawan dalam mendengarkan keluhan pelanggan. Penelusuran di Tabel 61 berikut ini menyajikan siapa sajakah yang mengatakan demikian dan asal sumber informasinya.

Tabel 61 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Kesediaan Karyawan Mendengarkan Keluhan Pelanggan

Kesediaan Karyawan Mendengarkan Keluhan Pelanggan		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	1	2	3
	Personal Selling	0	0	1	1
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	1	3	4
	Teman / Kerabat / Saudara	0	0	10	10
Total		0	2	16	18

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 61 menunjukkan bahwa mayoritas responden **kurang menangkap informasi yang baik** atas indikator tersebut dari teman / kerabat / saudara sebanyak 10 orang, dan semuanya berasal dari *end*

user. Berdasarkan keterangan yang responden sampaikan dalam kuesioner terbuka, mayoritas hanya mengetahui Bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai penyedia servis *injection pump* dan *nozzle*, tanpa memberikan informasi yang lain, khususnya mengenai kesediaan karyawan dalam mendengarkan keluhan pelanggan.

Tabel 62 berikut ini memperlihatkan hasil penelusuran yang lebih detail yaitu dengan tabulasi silang antara aspek mendengarkan keluhan pelanggan dengan faktor kategori pemilik.

Tabel 62 :
Tabulasi Silang Kesediaan Karyawan Mendengarkan
Keluhan Pelanggan dengan Kategori Pemilik

Kesediaan Karyawan Mendengarkan Keluhan Pelanggan	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
Perceived Service				
Netral	0	2	16	18
Setuju	4	19	32	55
Sangat Setuju	1	6	20	27
Expected Service (I)	=	+ 1	+ 13	
Netral	0	1	3	4
Setuju	3	18	43	64
Sangat Setuju	2	8	22	32
Performance Service (II)	=	-	-	
Netral	0	2	5	7
Setuju	5	19	46	70
Sangat Setuju	0	6	17	23

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected



II. KEPUASAN = Expected : Performance



Dominasi responden terhadap pemahaman informasi kesediaan karyawan mendengarkan keluhan pelanggan nampak pada masing-masing kelompok responden, yaitu keseluruhan bengkel resmi, 25 dari 27 bengkel umum, dan 52 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju. Harapan yang tinggi juga didominasi responden disemua kategori pemilik, yaitu keseluruhan bengkel resmi, 26 dari 27 bengkel umum, dan 65 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju. Kinerja karyawan dalam mendengarkan keluhan pelanggan mendapat **tanggapan baik**, baik dari bengkel resmi, bengkel umum, maupun *end user*.

Hasil tabulasi silang di atas menunjukkan bahwa *end user* memiliki **gap perceived-expected service terbesar** atas indikator kesediaan karyawan mendengarkan keluhan pelanggan. Gap kepuasan yang terjadi menunjukkan bahwa **hanya bengkel resmi yang mengalami kepuasan**, sedangkan bengkel umum dan *end user* mengalami **pergeseran kepuasan dalam tingkat yang relatif kecil**. Jika dilihat dari segi *performance*, mayoritas dari responden yang mengatakan kurang puas termasuk kelompok *end user*.

Berikut ini disajikan hasil penelusuran yang lebih detail, terkait dengan pergeseran kepuasan ketika dihubungkan dengan lama menjadi pelanggan. Hasil tersaji di Tabel 63.

Tabel 63 :
Tabulasi Silang Kesiediaan Karyawan Mendengarkan Keluhan Pelanggan dengan Lama Menjadi Pelanggan

Kesiediaan Karyawan Mendengarkan Keluhan Pelanggan	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Netral	0	8	2	3	0	5	18
Setuju	0	17	18	11	1	8	55
Sangat Setuju	1	4	12	4	3	3	27
Expected Service							
Netral	1	0	0	0	0	3	4
Setuju	0	21	19	15	0	9	64
Sangat Setuju	0	8	13	3	4	4	32
Performance Service							
Netral	1	3	1	1	0	1	7
Setuju	0	21	21	14	2	12	70
Sangat Setuju	0	5	10	3	2	3	23

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	0	26	31	17	4	15
Perceived : Expected						
KEPUASAN :	+1	-8	-2	-3	0	-2
Expected : Performance	0	-3	-1	-1	0	+2

Tabel 63 menunjukkan bahwa responden yang mengalami penurunan kepuasan adalah responden 1-3 tahun, > 3-5 tahun, dan > 5-7 tahun, namun demikian **pergeseran yang terjadi relatif kecil**. Selain itu, **semakin lama menjadi pelanggan, gap perceived-expected yang terjadi semakin kecil, namun setelah titik tertentu menjadi meningkat, dan semakin lama menjadi pelanggan, tingkat kepuasan semakin tinggi**, yang mana terlihat dari semakin positifnya gap antara *performance* dan *expected*.

3). **Indikator Empathy 3** : Prioritas Servis *Injection Pump*

Tabel 64 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas
Prioritas Servis *Injection Pump* Pelanggan

Prioritas Servis <i>Injection Pump</i> Pelanggan	<i>Perceived Service</i> (B.E3)	<i>Expected Service</i> (C.E3)	<i>Performance Service</i> (D.E3)
Tidak Setuju	-	2	1
Netral	27	17	24
Setuju	51	62	57
Sangat Setuju	22	19	18
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

73 + 81 - 75

Menurut Tabel 64, mayoritas responden sebanyak 73 orang memberikan jawaban setuju yang berarti bahwa **sepengetahuan mereka** Bengkel ASSA BARU DIESEL memberikan prioritas kepada pelanggan yang akan servis *injection pump*. Masih di tabel yang sama, dominasi responden terhadap **harapan yang lebih tinggi** atas prioritas servis *injection pump* terlihat dari 81 orang yang menjawab setuju. Tanggapan responden terhadap *performance* aspek prioritas kepada pelanggan **dinilai cukup baik**, di mana ada 75 responden yang memberikan jawaban setuju. Namun, masih terdapat 25 responden yang memberikan pendapat kurang terkait aspek prioritas pelanggan. Menurut mereka, seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 24 dan 87 bahwa masalah prioritas dipengaruhi oleh kondisi Bengkel ASSA BARU DIESEL. Jika kondisi bengkel ramai, pelanggan harus mengantri sesuai dengan urutannya. Prioritas tidak selalu menjadi hal yang utama, karena

menurut responden ketika diprioritaskan mungkin harus memberikan uang tips terlebih dahulu (responden no. 66) (lihat lampiran 3.7).

Perbandingan antara *perceived-expected service* untuk indikator prioritas servis *injection pump* menunjukkan adanya gap, yaitu terdapat **peningkatan harapan** atas aspek prioritas servis. Hal ini terlihat di Tabel 66, di mana jumlah responden yang mendapatkan informasi dengan baik **jumlahnya semakin meningkat** dari 73 menjadi 81, dan yang memberikan jawaban netral **semakin rendah** yaitu **berkurang** 8 orang. Walaupun sebelumnya tidak ada yang memberikan tanggapan tidak setuju, ternyata di bagian harapan yang terbentuk justru muncul nilai yang lebih rendah. Hal ini mungkin disebabkan karena mereka mengenal bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai salah satu bengkel yang cukup ramai, sehingga mereka membentuk harapan yang tidak terlalu tinggi untuk segera mendapatkan pelayanan, mengingat kondisi bengkel yang sering ramai oleh pelanggan.

Ketika dibandingkan antara *perceived* dan *performance*, terjadi gap di mana kenyataan yang mereka rasakan sedikit melebihi informasi yang didapatkan yaitu terlihat dari jumlah responden yang mengatakan setuju meningkat 2 orang menjadi 75. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa responden **cukup puas** atas pelaksanaan prioritas servis *injection pump* di Bengkel ASSA BARU DIESEL, walaupun **belum seperti yang mereka harapkan**

Masih di Tabel 64, masih ada responden yang memberikan jawaban kurang atas aspek prioritas servis yaitu sebanyak 27 orang. Oleh karena itu, Tabel 65 berikut menyajikan penelusuran yang lebih detail dengan tabulasi silang sumber informasi dan kategori pemilik atas prioritas servis *injection pump* pelanggan.

Tabel 65 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik
Prioritas Servis *Injection Pump* Pelanggan

Prioritas Servis <i>Injection Pump</i> Pelanggan		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	1	2	3
	<i>Personal Selling</i>	1	0	1	2
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	0	3	3
	Teman / Kerabat / Saudara	0	4	15	19
Total		1	5	21	27

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu 19 orang **kurang mendapatkan informasi yang akurat** dari teman / kerabat / saudara tentang bagaimana prioritas servis *injection pump* pelanggan yang dilakukan Bengkel ASSA BARU DIESEL.

Berikut ini disajikan hasil penelusuran lebih rinci aspek prioritas servis *injection pump* pelanggan dengan kategori pemilik, sehingga dapat diketahui variasi jawaban responden yang terbentuk. Analisisnya tersaji di Tabel 66 berikut ini.

Tabel 66 :
Tabulasi Silang Prioritas Servis *Injection Pump*
Pelanggan dengan Kategori Pemilik

Prioritas Servis <i>Injection Pump</i> Pelanggan	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	Total
<i>Perceived Service</i>				
Netral	1	5	21	27
Setuju	4	18	29	51
Sangat Setuju	0	4	18	22
<i>Expected Service</i> (I)	+ 1	+ 2	+ 5	
Tidak Setuju	0	0	2	2
Netral	0	3	14	17
Setuju	3	21	38	62
Sangat Setuju	2	3	14	19
<i>Performance Service</i> (II)				
Tidak Setuju	0	0	1	1
Netral	2	5	17	24
Setuju	3	19	35	57
Sangat Setuju	0	3	15	18

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Tabel 66 di atas merupakan ringkasan tanggapan responden secara lebih detail setelah dilakukan tabulasi silang dengan kategori pemilik. Dominasi responden terhadap pemahaman aspek prioritas servis kepada pelanggan juga terlihat pada masing-masing kelompok responden yaitu 4 dari 5 bengkel resmi, 22 dari 27 bengkel umum, dan 47 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju. Hal yang sama juga terlihat pada harapan yang terbentuk. Dominasi harapan yang lebih tinggi pada pelanggan juga terlihat nyata, di mana keseluruhan bengkel resmi, 24 dari 27 bengkel umum, serta 42 dari 68 *end user*

berharap diprioritaskan ketika servis *injection pump*. Masih di tabel yang sama, 75 orang mengatakan **mendapatkan prioritas** saat melakukan servis *injection pump*, yaitu 3 dari 5 bengkel resmi, 22 dari 27 bengkel umum, dan 50 dari 68 *end user* mengatakan setuju. Ketika dibandingkan antara harapan dan kenyataan, terjadi **pergeseran kepuasan** di setiap kelompok responden, baik bengkel resmi, bengkel umum, maupun *end user*, namun dalam tingkat yang **relatif kecil**. Gap *perceived-expected service* yang terjadi pada masing-masing kelompok pun **relatif rendah**, namun demikian, 18 dari 25 responden yang memberikan penilaian **kurang** berasal dari *end user*.

Tabel 67 menyajikan tabulasi silang prioritas kepada pelanggan dengan lama menjadi pelanggan sehingga dapat diketahui responden manakah yang mengalami pergeseran kepuasan.

Tabel 67 :
Tabulasi Silang Prioritas Servis Injection
Pump Pelanggan dengan Lama Menjadi Pelanggan

Prioritas Servis Injection Pump Pelanggan	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Netral	0	11	4	7	0	5	27
Setuju	1	15	21	7	1	6	51
Sangat Setuju	0	3	7	4	3	5	22
Expected Service							
Tidak Setuju	1	18	28	11	4	11	
Netral	0	0	0	1	0	1	2
Netral	0	7	6	1	1	2	17
Setuju	1	15	20	14	1	11	62
Sangat Setuju	0	7	6	2	2	2	19
Performance Service							
Tidak Setuju	1	22	26	16	3	13	
Tidak Setuju	0	1	0	0	0	0	1
Netral	1	12	3	5	0	3	24
Setuju	0	13	22	10	2	10	57
Sangat Setuju	0	3	7	3	2	3	18

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	0	16	29	13	4	13
Perceived : Expected	0	-4	+2	-5	+1	-3
KEPUASAN :						
Expected : Performance	+1	-5	+3	-3	+1	0

Responden yang mengalami pergeseran kepuasan terbesar adalah responden 1-3 tahun menjadi pelanggan. Responden tersebut relatif belum lama menjadi pelanggan sehingga belum mengetahui kondisi sesungguhnya Bengkel ASSA BARU DIESEL, terutama ketika ramai pelanggan. Akibatnya, mereka menjadi kecewa ketika membutuhkan pengerjaan yang cepat tetapi tetap harus mengantri sesuai dengan

urutannya, terkadang responden menserviskan di bengkel lain karena Bengkel ASSA BARU DIESEL saat itu penuh dan ramai.

Gap *perceived-expected service* dan kepuasan yang dialami oleh pelanggan baik pelanggan lama ataupun pelanggan baru **tidak** terdapat pola yang teratur, dan cenderung fluktuatif. Hal ini menunjukkan bahwa Bengkel ASSA BARU DIESEL **tidak** memberikan perlakuan khusus kepada para pelanggan, di mana setiap pelanggan akan mendapat **perlakuan yang sama**, siapa yang datang lebih dahulu, pelanggan itulah yang akan dilayani terlebih dahulu, tanpa melihat sudah berapa lama menjadi pelanggan.

Tabel 68 :
Ringkasan Indikator *Empathy*

Indikator <i>Empathy</i>	<i>Perceived Service</i> (B)				<i>Expected Service</i> (C)				<i>Performance Service</i> (D)			
	TS	N	S	SS	TS	N	S	SS	TS	N	S	SS
<i>Empathy 1</i>	-	13	58	29	-	5	60	35	1	4	66	29
<i>Empathy 2</i>	-	18	55	27	-	4	64	32	-	7	70	23
<i>Empathy 3</i>	-	27	51	22	2	17	62	19	1	24	57	18

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Keterangan :

TS : Tidak setuju; N : Netral; S : Setuju; SS : Sangat Setuju

Empathy 1 : Pelayanan Ramah;

Empathy 2 : Kesiediaan Karyawan Mendengarkan Keluhan;

Empathy 3 : Prioritas Servis Injection Pump

Tabel 68 menyajikan gabungan analisis untuk indikator *empathy*. Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa indikator **pelayanan ramah** menunjukkan tren peningkatan dan merupakan indikator yang paling rendah tingkat kesenjangannya. Berdasarkan tabel yang disajikan di atas, responden yang memberikan jawaban netral untuk menilai *performance service* atas indikator *empathy* adalah sebagai

berikut ini indikator *empathy* 1 sebanyak 4 orang, *empathy* 2 sebanyak 7 orang, dan *empathy* 3 sebanyak 24 orang. Berdasarkan penelusuran yang dilakukan atas tanggapan yang mereka berikan dalam pernyataan terbuka, mayoritas responden yang menjawab netral tetap memberikan respon jawaban yang positif, walaupun ada juga yang tidak memberikan pendapat.

v. *Tangible*

1). **Indikator *Tangible* 1** : Informasi Papan Petunjuk Jelas

Tabel 69 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Informasi Papan Petunjuk Jelas

Informasi Papan Petunjuk Jelas	<i>Perceived Service</i> (B.T1)	<i>Expected Service</i> (C.T1)	<i>Performance Service</i> (D.T1)
Tidak Setuju	3	-	2
Netral	33	22	24
Setuju	51	61	64
Sangat Setuju	13	17	10
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

64 + 78 - 74

Tabel 69 menyajikan tanggapan responden terhadap kejelasan papan petunjuk. Mayoritas responden yaitu 64 orang memberikan jawaban setuju yang berarti bahwa mereka **mampu menangkap informasi** mengenai papan petunjuk yang jelas. Masih di tabel yang sama, tanggapan responden atas **harapan** kejelasan papan petunjuk **cukup tinggi** yaitu terdapat 78 responden memberikan jawaban setuju. Hasil yang disajikan di Tabel 69 juga menunjukkan tanggapan

responden atas *performance* kejelasan papan petunjuk. Mayoritas responden yaitu 74 orang menilai papan petunjuk Bengkel ASSA BARU DIESEL **sudah cukup jelas**, namun masih ada 26 orang yang menilai bahwa papan petunjuk yang ada **tidak atau kurang jelas**. Berdasarkan keterangan yang tersaji di kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no.64 bahwa responden mendapatkan informasi perkiraan lokasi bengkel tanpa menyebutkan keberadaan papan petunjuk, maka dari itu mereka memberikan masukan supaya ukuran papan petunjuk diperbesar (responden no. 9 dan 24), diperbanyak jumlahnya, dan tidak hanya di satu lokasi saja (responden no.53) (lihat lampiran 3.8).

Perbandingan antara *perceived-expected service* menunjukkan gap terhadap aspek kejelasan informasi papan petunjuk. Hasil di tabel 69 menunjukkan terjadinya **peningkatan harapan** yaitu responden yang semula tidak atau kurang menangkap mengenai kejelasan informasi papan petunjuk, jumlahnya **semakin berkurang** yaitu dari 36 menjadi 22 orang, sebaliknya responden yang sudah mendapatkan informasi **semakin mengharap** mendapatkan kejelasan atas informasi papan petunjuk, yang mana terlihat dari semakin tingginya responden yang menjawab setuju yaitu **bertambah** 14 orang.

Perbandingan antara harapan dan kenyataan menunjukkan terjadinya **pergeseran kepuasan yang relatif rendah**, yang mana

nampak dari **menurunnya** jumlah responden yang memberikan jawaban setuju dari 78 menjadi 74.

Ketika dibandingkan antara informasi yang didapat dan kenyataan juga terjadi **peningkatan** pada sebagian besar kelompok responden, yaitu apa yang mereka rasakan **melebihi** informasi yang mereka dapatkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden **cukup puas** akan kejelasan papan petunjuk walaupun **belum seperti yang mereka harapkan**. Tabel 70 berikut ini menyajikan tabulasi silang sumber informasi dengan kategori pemilik responden yang kurang menangkap informasi dengan baik atas aspek tersebut.

Tabel 70 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Papan Petunjuk Jelas

Papan Petunjuk Jelas		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	3	1	4
	Personal Selling	2	1	0	3
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	1	2	3
	Teman / Kerabat / Saudara	2	8	16	26
Total		4	13	19	36

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 70 tersebut menampilkan secara lebih rinci tanggapan responden dilihat dari sumber informasinya, yang mana mayoritas responden baik bengkel resmi, bengkel umum, maupun *end user* **kurang mendapat informasi yang baik** dari teman / kerabat / saudara mengenai kejelasan papan petunjuk.

Tabel 71 berikut ini menyajikan secara lebih rinci pengelompokan tanggapan responden berdasarkan kategori pemilik terkait dengan aspek kejelasan papan petunjuk.

Tabel 71 :
Tabulasi Silang Informasi Papan Petunjuk
Jelas dengan Kategori Pemilik

Informasi Papan Petunjuk Jelas	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
Perceived Service				
Tidak Setuju	0	1	2	3
Netral	4	12	17	33
Setuju	1	10	40	51
Sangat Setuju	0	4	9	13
Expected Service (I)	+ 4	+ 6	+ 5	
Netral	1	7	14	22
Setuju	2	17	42	61
Sangat Setuju	2	3	12	17
Performance Service (II)				
Tidak Setuju	0	0	2	2
Netral	3	6	15	24
Setuju	2	19	43	64
Sangat Setuju	0	2	8	10

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Tabel 71 menyajikan dominasi responden atas pemahaman aspek kejelasan papan petunjuk hanya nampak pada kelompok *end user* yaitu 49 dari 68 memberikan jawaban setuju, sedangkan bengkel resmi hanya 1 responden dan bengkel umum 51 % yang mengatakan

setuju. Di tabel yang sama, tanggapan responden atas harapan kejelasan papan petunjuk tersebut menunjukkan 4 dari 5 bengkel resmi, 20 dari 27 bengkel umum, dan 54 dari 68 setuju mendapatkan informasi papan petunjuk yang jelas. Tabel 71 juga menyajikan tanggapan responden atas *performance* kejelasan papan petunjuk. Mayoritas responden yang menilai papan petunjuk jelas adalah bengkel umum dan *end user* yaitu 21 dari 27 dan 51 dari 68 yang mengatakan setuju, sedangkan bengkel resmi hanya 2 orang yang mengatakan setuju.

Hasil tabulasi silang di atas menunjukkan bahwa pada gap *perceived-expected* indikator papan petunjuk jelas pada masing-masing kelompok responden **relatif sama**. Kepuasan dialami oleh kelompok bengkel umum, sedangkan bengkel resmi dan *end user* mengalami **pergeseran kepuasan yang negatif** tetapi dalam tingkat yang **relatif kecil**, namun demikian dari 26 responden yang kurang puas, 17 termasuk *end user*.

Tabel 72 berikut ini menyajikan tabulasi silang antara aspek kejelasan papan petunjuk dengan lama menjadi pelanggan, sehingga dapat diketahui pelanggan manakah yang mengalami pergeseran kepuasan.

Tabel 72 :
Tabulasi Silang Informasi Papan Petunjuk Jelas dengan
Lama Menjadi Pelanggan

Informasi Papan Petunjuk Jelas	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Tidak Setuju	0	2	0	0	0	1	3
Netral	0	9	14	5	2	3	33
Setuju	1	15	14	9	2	10	51
Sangat Setuju	0	3	4	4	0	2	13
Expected Service							
Netral	1	7	5	4	1	4	22
Setuju	0	18	18	12	2	11	61
Sangat Setuju	0	4	9	2	1	1	17
Performance Service							
Tidak Setuju	0	1	0	1	0	0	2
Netral	0	8	8	4	1	3	24
Setuju	1	20	19	10	2	12	64
Sangat Setuju	0	0	5	3	1	1	10

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	0	16	29	13	4	13
Perceived : Expected	+1	-4	-9	-1	-1	0
KEPUASAN :						
Expected : Performance	+1	-6	+2	-1	+1	+1

Tabel 72 menunjukkan bahwa semakin lama menjadi pelanggan, gap yang terbentuk atas indikator papan petunjuk jelas semakin berkurang dan kepuasan yang terjadi pun juga semakin meningkat. Pergeseran kepuasan yang negatif dialami responden 1-3 tahun, > 3-5 tahun, dan > 5-7 tahun, namun jumlahnya relatif kecil. Tabel di atas juga menunjukkan bahwa masih ada dari responden yang telah lama menjadi pelanggan yang mengatakan

kurang jelasnya kondisi papan petunjuk. Hal ini terkait dengan kondisi Jalan Kaligawe yang mengalami perubahan. Sebelum dilakukan perbaikan pelanggan dapat langsung menuju lokasi bengkel tanpa harus memutar lebih dahulu, dan posisi papan petunjuk pun cukup strategis, namun karena Jalan Kaligawe dibagi menjadi beberapa jalur dan terdapat pemisah jalan, pelanggan menjadi kesulitan dan posisi papan petunjuk menjadi kurang strategis terutama untuk pelanggan yang datang dari arah barat.

2). **Indikator *Tangible 2*** : Lokasi Mudah Dijangkau

Tabel 73 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Lokasi Mudah Dijangkau

Lokasi Mudah Dijangkau	<i>Perceived Service</i> (B.T2)	<i>Expected Service</i> (C.T2)	<i>Performance Service</i> (D.T2)
Tidak Setuju	1	-	1
Netral	12	5	5
Setuju	62	70	75
Sangat Setuju	25	25	19
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

87 + 95 - 94

Tabel 73 merupakan distribusi frekuensi tanggapan responden atas aspek lokasi mudah dijangkau, dari segi *perceived*, *expected*, dan *performance*. Berdasarkan tabel tersebut, mayoritas responden sebanyak 87 orang **mampu menangkap dengan baik informasi** akan lokasi Bengkel ASSA BARU DIESEL yang mudah dijangkau. Masih di tabel yang sama, mayoritas responden menunjukkan

harapan tinggi untuk mendapatkan lokasi bengkel yang mudah dijangkau, yaitu 95 orang. Dominasi responden **menilai lokasi** Bengkel ASSA BARU DIESEL **mudah dijangkau** yang mana terlihat dari 94 orang yang memberikan jawaban setuju. Namun demikian masih terdapat 6 orang yang menilai kurang. Ketika ditelusur lebih mendalam, seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 36 bahwa lokasi Bengkel ASSA BARU DIESEL relatif jauh dengan garasi mereka, harus memutar lebih dahulu untuk menuju ke lokasi yang dituju (responden no. 20) (lihat lampiran 3.8).

Perbandingan *perceived-expected service* kemudahan lokasi bengkel menunjukkan bahwa responden yang ada seluruhnya memiliki **harapan yang lebih tinggi** untuk mendapatkan lokasi bengkel yang mudah dijangkau. Peningkatan harapan itu terbukti dari **semakin rendahnya** jumlah responden yang memberikan jawaban kurang, yaitu menjadi 5 orang dan **semakin tingginya** responden yang menjawab setuju, yaitu **bertambah 8** orang.

Ketika dibandingkan antara harapan dan kenyataan terjadi **pergeseran kepuasan yang relatif rendah** atas aspek kemudahan lokasi bengkel, hanya selisih 1 responden saja. Ketika dibandingkan antara informasi yang didapat dengan kenyataan kemudahan lokasi untuk dijangkau terjadi peningkatan, yang berarti bahwa responden

cukup puas atas lokasi bengkel ASSA BARU DIESEL yang mudah dijangkau. juga terdapat pergeseran.

Masih di tabel yang sama, terlihat masih terdapat 13 orang yang kurang mendapatkan informasi yang akurat mengenai kemudahan menjangkau lokasi bengkel. Tabel 74 di bawah ini menyajikan hasil tabulasi silang dengan sumber informasi dan kategori pemilik atas indikator tersebut.

Tabel 74 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Lokasi Mudah Djangkau

Lokasi Mudah Djangkau		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	1	1	2
	Personal Selling	0	1	1	2
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	0	0	0
	Teman / Kerabat / Saudara	0	1	8	9
Total		0	3	10	13

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 74 di atas, 9 dari 13 responden memperoleh **informasi yang kurang** mengenai lokasi yang mudah dijangkau dari teman / kerabat / saudara mereka, dan mayoritas berasal dari kelompok *end user*. Seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, responden tidak mendapatkan informasi yang akurat mengenai kemudahan menjangkau lokasi bengkel, dan sebagian besar hanya mendapatkan informasi bahwa Bengkel ASSA BARU DIESEL merupakan bengkel yang menyediakan jasa servis *injection pump*.

Tabel 75 berikut ini menyajikan secara lebih detail jawaban responden, yang mana merupakan hasil tabulasi silang antara aspek lokasi mudah dijangkau dengan kategori pemilik.

Tabel 75 :
Tabulasi Silang Lokasi Mudah Dijangkau dengan Kategori Pemilik

Lokasi Mudah Dijangkau	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
Perceived Service				
Tidak Setuju	0	0	1	1
Netral	0	3	9	12
Setuju	5	21	36	62
Sangat Setuju	0	3	22	25
Expected Service (I)				
Netral	0	1	4	5
Setuju	3	24	43	70
Sangat Setuju	2	2	21	25
Performance Service (II)				
Tidak Setuju	0	0	1	1
Netral	0	2	3	5
Setuju	5	21	49	75
Sangat Setuju	0	4	15	19

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Berdasarkan Tabel 75, nampak bahwa dominasi responden atas pemahaman informasi yang baik akan kemudahan lokasi bengkel terlihat pada masing-masing kelompok responden yaitu keseluruhan bengkel resmi, 88 % bengkel umum, dan 85 % end user memberikan jawaban setuju. Dominasi harapan tinggi yang terlihat di Tabel 73

juga ditunjukkan di Tabel 75 pada masing-masing kategori pemilik, yaitu keseluruhan bengkel resmi, 26 dari 27 bengkel umum, dan 64 dari 68 *end user*. Tabel 75 menunjukkan dominasi penilaian setuju atas kemudahan lokasi untuk dijangkau pada masing-masing kelompok responden yaitu keseluruhan bengkel resmi, 92 % bengkel umum, dan 94 % *end user*. Namun demikian masih terdapat 6 orang yang menilai kurang, yang mana mayoritas adalah *end user*.

Berdasarkan hasil tabulasi silang di atas, **hanya bengkel resmi** yang tidak mengalami gap *perceived-expected service* indikator lokasi mudah dijangkau, sedangkan bengkel umum dan *end user* **terjadi gap namun relatif rendah**. Ketika melihat kepuasan yang terjadi, hanya bengkel umum yang mengalami pergeseran kepuasan, **namun sangat rendah**.

Tabel 76 di berikut ini menyajikan tabulasi silang kemudahan lokasi dengan lama menjadi pelanggan, sehingga dapat diketahui responden mana yang mengalami pergeseran kepuasan.

Tabel 76 :
Tabulasi Silang Lokasi Mudah Dijangkau dengan Lama Menjadi Pelanggan

Lokasi Mudah Dijangkau	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Tidak Setuju	0	1	0	0	0	0	1
Netral	0	5	1	4	0	2	12
Setuju	0	15	24	10	1	12	62
Sangat Setuju	1	8	7	4	3	2	25
Expected Service							
Netral	0	1	0	2	0	2	5
Setuju	1	21	23	14	1	10	70
Sangat Setuju	0	7	9	2	3	4	25
Performance Service							
Tidak Setuju	0	1	0	0	0	0	1
Netral	0	3	1	0	0	1	5
Setuju	0	22	23	15	2	13	75
Sangat Setuju	1	3	8	3	2	2	19

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	1	25	30	18	4	15
Perceived : Expected	0	-5	-1	-2	0	0
KEPUASAN :						
Expected : Performance	0	-3	-2	+2	0	+1

Berdasarkan Tabel 76, responden yang mengalami pergeseran kepuasan adalah kelompok 1-3 tahun dan > 3-5 tahun, itupun dengan tingkat yang **relatif kecil**, dan semakin lama menjadi pelanggan, gap *perceived-expected service* **semakin berkurang** dan **kepuasan yang dialami semakin meningkat**.

3). **Indikator Tangible 3** : Luas Bengkel Memadai

Tabel 77 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Luas Bengkel Memadai

Luas Bengkel Memadai	<i>Perceived Service</i> (B.T3)	<i>Expected Service</i> (C.T3)	<i>Performance Service</i> (D.T3)
Tidak Setuju	1	1	-
Netral	25	18	15
Setuju	54	60	73
Sangat Setuju	20	21	12
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

74 + 81 + 85

Hasil yang tertulis di Tabel 77 memberikan gambaran mengenai tanggapan atas luas bengkel memadai dari segi *perceived*, *expected*, dan *performance*. Berdasarkan tabel tersebut, mayoritas responden sebanyak 74 orang menyatakan bahwa **sepengetahuan mereka** bengkel ASSA BARU DIESEL **cukup luas dan memadai** sehingga bisa untuk beberapa pekerjaan sekaligus. Masih di tabel yang sama, dominasi responden atas **tingginya harapan** luas bengkel memadai ditunjukkan dari 81 orang yang memberikan jawaban setuju. Dominasi responden menilai Bengkel ASSA BARU DIESEL **cukup luas** sehingga bisa digunakan untuk mengerjakan beberapa pekerjaan sekaligus dan sebagai tempat menginap mobil jika pekerjaan belum selesai, yang mana terlihat dari 85 orang yang memberikan jawaban setuju. Namun demikian, masih ada 15 responden yang memberikan jawaban netral. Berdasarkan keterangan tambahan yang diungkapkan dalam kuesioner terbuka, beberapa responden lebih sering hanya

membawa *injection pump*-nya saja sehingga kondisi yang ada saat ini dirasa sudah cukup bagi mereka. Namun dengan semakin bertambahnya pelanggan yang ada, responden menyarankan bahwa akan lebih baik jika semakin diperluas (responden no.48) (lihat lampiran 3.8).

Tabel 77 juga menyajikan hasil analisis *gap perceived-expected service* terhadap aspek luas bengkel yang memadai. Hasilnya yaitu **terjadi peningkatan harapan** responden atas aspek luas bengkel yang memadai. Jumlah responden yang semula kurang menangkap informasi mengenai luas bengkel **tetap berharap** mendapatkan fasilitas bengkel yang luas, yang mana terbukti dari **semakin rendahnya** jumlah responden tersebut dari 26 menjadi 19, dan yang memberikan jawaban setuju **meningkat** 7 orang.

Jika dibandingkan antara harapan dan kenyataan, terjadi **peningkatan** responden yang mengatakan setuju, yaitu dari 81 menjadi 85. Jadi dapat dikatakan bahwa responden **sangat puas** karena **kenyataan** yang dirasakan **melebihi harapan** yang ada. Hal yang sama juga terlihat saat dibandingkan antara *perceived* dan *performance*, telah **terjadi pergeseran** antara informasi yang didapat dengan kenyataan yang ada, di mana apa yang dirasakan responden melebihi informasi yang mereka dapatkan, sehingga dapat dikatakan bahwa responden **puas** dengan aspek kondisi luas bengkel yang ada saat ini.

Namun demikian di Tabel 77 masih terdapat 26 responden yang **kurang mendapatkan informasi** yang akurat mengenai luas bengkel. Oleh karena itu Tabel 78 berikut ini menyajikan hasil tabulasi silang sumber informasi dan kategori pemilik sehingga dapat diketahui kelompok responden mana dan dari mana asal informasinya terkait dengan aspek luas bengkel.

Tabel 78 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Luas Bengkel Memadai

Luas Bengkel Memadai		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	3	1	4
	<i>Personal Selling</i>	0	1	1	2
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	0	1	1
	Teman / Kerabat / Saudara	0	2	17	19
Total		0	6	20	26

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 78 di atas menyajikan hasil tabulasi silang sumber informasi dengan kategori pemilik yang merespon kurang tentang informasi luas bengkel memadai. Menurut tabel tersebut, mayoritas responden memperoleh informasi yang kurang dari teman / kerabat / saudara sebanyak 19, yang terdiri dari 17 *end user* dan 2 bengkel umum.

Tabel 79 berikut ini menyajikan tabulasi silang aspek luas bengkel memadai dengan kategori pemilik untuk melihat karakteristik responden yang ada.

Tabel 79 :
Tabulasi Silang Luas Bengkel Memadai dengan Kategori Pemilik

Luas Bengkel Memadai	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
Perceived Service				
Tidak Setuju	0	0	1	1
Netral	0	6	19	25
Setuju	4	19	31	54
Sangat Setuju	1	2	17	20
Expected Service (I)	=	+ 2	+ 5	
Tidak Setuju	0	0	1	1
Netral	0	4	14	18
Setuju	3	21	36	60
Sangat Setuju	2	2	17	21
Performance Service (II)	-	+	+	
Netral	1	3	11	15
Setuju	4	22	47	73
Sangat Setuju	0	2	10	12

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Tabel 79 memperlihatkan bahwa dominasi pemahaman yang baik atas informasi luas bengkel memadai nampak pada masing-masing kelompok responden, yaitu semua bengkel resmi, 77 % bengkel umum, dan 72 % end user memberikan jawaban setuju. Dari tabel tersebut juga terlihat bahwa harapan yang tinggi atas luas bengkel yang memadai terlihat di semua kelompok responden baik bengkel resmi, bengkel umum, dan end user, masing-masing sebanyak 5, 23, dan 53 orang menjawab setuju. Mayoritas responden memberikan

penilaian bahwa **Bengkel ASSA BARU DIESEL memadai dan luas** untuk beberapa pekerjaan sekaligus, yang terbukti 4 dari 5 bengkel resmi, 24 dari 27 bengkel umum, dan 57 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju.

Berdasarkan hasil tabulasi silang di atas, *gap perceived-expected* luas bengkel yang memadai terjadi pada kelompok bengkel umum dan *end user*, namun demikian *gap*-nya relatif kecil dan responden puas atas luas Bengkel ASSA BARU DIESEL, yang mana nampak dari nilai *performance* yang lebih besar daripada *expected*, walaupun mayoritas *end user* yaitu 11 orang memberikan jawaban netral.

Tabel 80 berikut ini menampilkan tabulasi silang luas bengkel memadai dengan lama menjadi pelanggan untuk mengetahui responden manakah yang mengalami hal demikian.

Tabel 80 :
Tabulasi Silang Luas Bengkel Memadai dengan Lama Menjadi Pelanggan

Luas Bengkel Memadai	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Tidak Setuju	0	0	1	0	0	0	1
Netral	0	12	5	3	1	4	25
Setuju	1	15	16	11	2	9	54
Sangat Setuju	0	2	10	4	1	3	20
Expected Service							
Tidak Setuju	0	0	1	0	0	0	1
Netral	0	8	2	3	1	4	18
Setuju	1	16	19	13	2	9	60
Sangat Setuju	0	5	10	2	1	3	21
Performance Service							
Netral	0	7	0	2	2	4	15
Setuju	1	21	26	14	1	10	73
Sangat Setuju	0	1	6	2	1	2	12

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	1	22	32	16	2	12
Perceived : Expected	0	-4	-3	0	0	0
KEPUASAN :						
Expected : Performance	0	+1	+3	+1	-1	0

Tabel 80 menunjukkan bahwa hampir semua kelompok responden, baik pelanggan lama ataupun baru, mengalami kepuasan atas kondisi bengkel saat ini. Gap *perceived-expected service* yang terjadi pun semakin berkurang. Namun, berdasarkan tabel tersebut, responden yang memberikan jawaban netral bervariasi yaitu 1-3 tahun, > 5-7 tahun, > 7-9 tahun, dan > 9-11 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa lama menjadi pelanggan tidak menentukan responden dalam menilai kebutuhan akan luas bengkel, tetapi luas

bengkel lebih ditentukan oleh kebiasaan responden dalam melakukan servis *injection pump*, apakah dengan membawa mobilnya atau hanya *injection pump*-nya saja.

4). **Indikator Tangible 4** : Mesin Test Memadai

Tabel 81 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Mesin Test Memadai

Mesin Test Memadai	Perceived Service (B.T4)	Expected Service (C.T4)	Performance Service (D.T4)
Netral	23	9	14
Setuju	53	60	72
Sangat Setuju	24	31	14
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

77 + 91 - 86

Tabel 81 di atas merupakan tanggapan responden terkait mesin test memadai. Dominasi responden akan **pemahaman yang baik informasi** aspek mesin test memadai nampak dari 77 responden yang memberikan jawaban setuju. Masih di tabel yang sama, mayoritas responden yaitu 91 orang **memiliki harapan tinggi** untuk mendapatkan fasilitas mesin test yang memadai. Responden menilai Bengkel ASSA BARU DIESEL telah **menggunakan mesin test yang memadai**, yang nampak dari 86 orang memberikan jawaban setuju. Namun demikian, terdapat 14 responden yang memberikan jawaban netral. Seperti yang tertulis dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 91 bahwa responden memang tidak terlalu memahami kriteria kondisi mesin test yang baik, namun mereka tidak terlalu

memperhatikan hal tersebut, karena yang terpenting adalah hasilnya. Namun ada responden no. 2 menyarankan, jika memungkinkan sebaiknya menggunakan mesin test buatan Jerman (lihat lampiran 3.8).

Hasil analisis gap *perceived-expected service* terhadap aspek mesin test yang memadai menunjukkan bahwa responden **mengalami peningkatan ekspektasi** terhadap aspek mesin test yang memadai, yaitu responden yang semula datang tanpa menangkap informasi yang jelas sebanyak 23, jumlahnya **berkurang** menjadi 9 orang, sebaliknya responden yang sudah mengetahui mesin test yang digunakan Bengkel ASSA BARU DIESEL memadai, juga semakin mengharapkan agar mesin test yang digunakan semakin baik, yang mana terlihat dari **semakin tingginya** responden yang memberikan jawaban setuju, yaitu dari 77 menjadi 91 responden.

Ketika dibandingkan antara harapan dengan kenyataan, terjadi **pergeseran kepuasan yang relatif kecil** atas indikator mesin test yang memadai, terlihat dari **menurunnya** jumlah responden yang mengatakan setuju dari 91 menjadi 86 orang. Ketika dibandingkan antara informasi yang didapat dengan kenyataan yang dirasakan yaitu terjadi peningkatan di masing-masing kelompok responden, yang berarti bahwa responden **cukup puas** atas kondisi mesin test saat ini, walaupun **belum sesuai dengan harapan yang ada**.

Tabel 82 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan
Kategori Pemilik Mesin Test Memadai

Mesin Test Memadai		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	2	1	3
	<i>Personal Selling</i>	1	1	0	2
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	0	3	3
	Teman / Kerabat / Saudara	0	1	14	15
Total		1	4	18	23

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 82 menampilkan hasil tabulasi silang sumber informasi dengan kategori pemilik yang **merespon kurang** tentang informasi mesin test memadai. Hasil penelusuran menunjukkan bahwa mayoritas responden sebanyak 15 orang kurang memperoleh informasi mengenai mesin test memadai dari teman / kerabat / saudara mereka, dan mayoritas didominasi oleh kelompok *end user*.

Tabel 83 berikut ini menyajikan karakteristik responden yang lebih detail melalui tabulasi silang mesin test memadai dengan kategori pemilik.

Tabel 83 :
Tabulasi Silang Mesin Test Memadai dengan Kategori Pemilik

Mesin Test Memadai	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
Perceived Service				
Netral	1	4	18	23
Setuju	3	16	34	53
Sangat Setuju	1	7	16	24
Expected Service (I)	+ 1	+ 2	+ 11	
Netral	0	2	7	9
Setuju	3	18	39	60
Sangat Setuju	2	7	22	31
Performance Service (II)	=	-	-	
Netral	0	3	11	14
Setuju	5	21	46	72
Sangat Setuju	0	3	11	14

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Tabel 83 menunjukkan bahwa dominasi responden akan *perceived service* mesin test memadai juga terjadi di setiap kelompok responden, yaitu 4 dari 5 bengkel resmi, 23 dari 27 bengkel umum, dan 50 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju. Tingginya harapan responden yang terbentuk juga nampak pada masing-masing kelompok responden. Responden yang memberikan jawaban harapan yang netral adalah 2 bengkel umum dan 7 *end user*. Mayoritas

responden menilai kondisi mesin test yang digunakan Bengkel ASSA BARU DIESEL memadai, sebanyak 86 mengatakan setuju yang terdiri dari semua bengkel resmi, 88 % bengkel umum, dan 83 % *end user*.

Hasil tabulasi silang di atas menunjukkan bahwa kelompok *end user* memiliki *gap perceived-expected service* **terbesar** atas indikator mesin test memadai. Selain itu, kelompok *end user* juga termasuk pelanggan yang **agak lebih menuntut** jika dibandingkan dengan kelompok pelanggan yang lain, hal ini terlihat dari tingginya harapan yang terbentuk dan *end user* yang memberikan penilaian netral sebanyak 11 dari 14 orang.

Tabel 84 berikut ini menyajikan tabulasi silang mesin test memadai dengan lama menjadi pelanggan sehingga dapat diketahui apakah pelanggan lama atau baru yang mengalami pergeseran kepuasan.

Tabel 84 :
Tabulasi Silang Mesin Test Memadai dengan Lama Menjadi Pelanggan

Mesin Test Memadai	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Netral	1	10	2	7	1	2	23
Setuju	0	12	20	8	2	11	53
Sangat Setuju	0	7	10	3	1	3	24
Expected Service							
Netral	0	4	0	2	1	2	9
Setuju	0	14	20	13	2	11	60
Sangat Setuju	1	11	12	3	1	3	31
Performance Service							
Netral	1	5	2	3	1	2	14
Setuju	0	22	23	13	2	12	72
Sangat Setuju	0	2	7	2	1	2	14

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	0	24	30	15	3	14
Perceived : Expected	-1	-6	-2	-5	0	0
KEPUASAN :						
Expected : Performance	1	-1	-2	-1	0	0

Ketika melihat tabel di atas, pelanggan yang mengalami pergeseran kepuasan adalah responden 1-3 tahun, > 3-5 tahun, dan > 5-7 tahun, namun semuanya dalam **tingkat yang relatif kecil**. Jika dilihat pergerakan gap yang terjadi, semakin lama menjadi pelanggan, kepuasan yang dialami **semakin meningkat** dan gap *perceived-expected service* yang terjadi **semakin menurun**. Selain itu, semua kelompok responden masih ada yang memberikan jawaban netral yang berarti bahwa baik pelanggan lama ataupun pelanggan baru tidak terlalu peduli akan kondisi mesin test yang digunakan, menyangkut merek, dan sebagainya, karena bagi mereka yang terpenting adalah hasil akhir.

5). **Indikator Tangible 5** : Penyediaan *Spare Part*

Tabel 85 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Penyediaan *Spare Part*

Penyediaan <i>Spare Part</i>	<i>Perceived Service</i> (B.T5)	<i>Expected Service</i> (C.T5)	<i>Performance Service</i> (D.T5)
Sangat Tidak Setuju	-	-	1
Tidak Setuju	2	1	-
Netral	21	10	12
Setuju	60	64	68
Sangat Setuju	17	25	19
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

77 + 91 - 87

Tabel 85 di atas menunjukkan dominasi tanggapan responden akan **pemahaman informasi yang baik** aspek penyediaan *spare part*, yaitu sebanyak 73 responden memberikan jawaban setuju. Di tabel yang sama, **harapan tinggi** juga terbentuk atas penyediaan *spare part* yaitu ada 89 orang yang menjawab setuju. Penilaian responden atas ketersediaan *spare part* di Bengkel ASSA BARU DIESEL **lengkap**, yang terbukti dari 89 responden menjawab setuju. Berdasarkan keterangan yang terungkap dalam kuesioner terbuka misalnya oleh responden no. 6 bahwa Bengkel ASSA BARU menyediakan *spare part* dengan lengkap, sehingga ketika ada *injection pump* yang membutuhkan penggantian *spare part* dapat langsung diberitahu dan bisa segera diganti (responden no. 40), sehingga mempercepat proses pengerjaan (responden no. 28) (lihat lampiran 3.8). Namun, di tabel tersebut masih terdapat 13 responden yang menilai tidak atau kurang lengkap, seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, yaitu oleh responden no. 93 terutama untuk *spare*

part yang sifatnya bukan barang *fast moving* dan kendaraan *built up* (responden no. 99) di mana harus melakukan pemesanan terlebih dahulu (responden no. 37) (lihat lampiran 3.8).

Analisis gap dilakukan untuk mengetahui persepsi pelanggan atas kualitas jasa yang terbentuk yaitu dengan membandingkan *perceived-expected service* aspek penyediaan *spare part*. Hasil yang tersaji di atas menunjukkan bahwa semua responden yang ada **memiliki harapan yang lebih tinggi** terkait dengan indikator penyediaan *spare part*. Jumlah responden yang semula menjawab tidak setuju dan netral jumlahnya **semakin berkurang**, yaitu dari 23 menjadi 11 orang, dan responden yang sudah mengetahui tentang penyediaan *spare part* yang memadai jumlahnya juga **semakin bertambah**, yaitu dari 77 menjadi 89.

Ketika dibandingkan antara informasi yang didapat dengan kenyataan yang dirasakan, responden merasakan ketersediaan *spare part* sesuai dengan informasi yang mereka dapatkan, bahkan menunjukkan **peningkatan** responden yang menjawab setuju, sehingga dapat dikatakan mereka **cukup puas** dengan kondisi yang ada saat ini, walaupun belum seperti yang mereka harapkan.

Tabel 86 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik Penyediaan Spare Part

Penyediaan Spare Part		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	0	2	2
	Personal Selling	0	0	0	0
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	0	2	2
	Teman / Kerabat / Saudara	0	5	14	19
Total		0	5	18	23

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 86 di atas menyajikan tabulasi silang antara sumber informasi dengan kategori pemilik yang merespon kurang tentang informasi penyediaan *spare part*. Dari tabel tersebut, sebanyak 19 orang yaitu 5 bengkel umum dan 18 *end user* **kurang mendapatkan informasi yang baik** mengenai penyediaan *spare part* dari teman / kerabat / saudara mereka.

Tabel 87 berikut ini menyajikan secara lebih detail variasi jawaban responden ketika dikelompokkan berdasarkan kategori pemilik.

Tabel 87 :
Tabulasi Silang Penyediaan Spare Part dengan Kategori Pemilik

Penyediaan Spare Part	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
Perceived Service				
Tidak Setuju	0	2	0	2
Netral	0	3	18	21
Setuju	4	19	37	60
Sangat Setuju	1	3	13	17
Expected Service I	- 1	+ 3	+ 10	
Tidak Setuju	0	1	0	1
Netral	1	1	8	10
Setuju	2	20	42	64
Sangat Setuju	2	5	18	25
Performance Service II	=	+	-	
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	1
Netral	0	1	11	12
Setuju	4	21	43	68
Sangat Setuju	0	5	14	19

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

II. KEPUASAN = Expected : Performance

Melihat hasil yang tersaji di atas, semua bengkel resmi, 22 bengkel umum, dan 50 *end user* mengatakan bahwa mereka mendapatkan informasi yang baik mengenai penyediaan *spare part*. Masih di tabel yang sama, dominasi responden atas harapan tinggi akan penyediaan *spare part* yang lengkap juga nampak dari masing-masing kelompok responden yaitu 4 dari 5 bengkel resmi, 25 dari 27 bengkel umum, dan 60 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju.

Penyediaan *spare part* Bengkel ASSA BARU DIESEL dinilai lengkap oleh mayoritas kelompok responden yaitu 4 dari 5 bengkel resmi, 26 dari 27 bengkel umum, dan 57 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju.

Ketika dibandingkan antara harapan dan kenyataan, terjadi **pergeseran kepuasan yang relatif kecil**, terutama dialami oleh kelompok *end user*. Hal ini menunjukkan bahwa *end user* merupakan kelompok responden yang lebih menuntut jika dibandingkan dengan bengkel resmi dan bengkel umum. Hal tersebut terlihat jelas dari gap *perceived-expected service* **terbesar** yang dialami *end user* dan mayoritas *end user* yang masih memberikan jawaban kurang atas penyediaan *spare part*. Tabel 88 berikut menyajikan secara lebih detail tabulasi silang aspek ketersediaan *spare part* dengan lama responden menjadi pelanggan, sehingga dapat dilihat karakteristik pelanggan yang mengalami pergeseran kepuasan.

Tabel 88 :
Tabulasi Silang Penyediaan Spare Part dengan Lama Menjadi Pelanggan

Penyediaan <i>Spare Part</i>	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Perceived Service							
Sangat Tidak Setuju	0	2	0	0	0	0	2
Netral	1	7	4	5	2	2	21
Setuju	0	17	21	10	0	12	60
Sangat Setuju	0	3	7	3	2	2	17
Expected Service							
Tidak Setuju	0	1	0	0	0	0	1
Netral	0	3	3	2	2	0	10
Setuju	1	15	19	14	1	14	64
Sangat Setuju	0	10	10	2	1	2	25
Performance Service							
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	0	0	0	1
Netral	1	4	3	2	1	1	12
Setuju	0	21	21	12	2	12	68
Sangat Setuju	0	3	8	4	1	3	19

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP : Perceived : Expected	0	24	29	16	3	15
KEPUASAN : Expected : Performance	-1	-5	-1	-3	0	-2
	-1	-1	0	0	+1	-1

Berdasarkan Tabel 88, pergeseran kepuasan yang **relatif kecil** juga dialami oleh sebagian kelompok responden, yaitu responden 1-3 tahun dan > 9-11 tahun. Berdasarkan hasil tabulasi silang di atas, **tidak terdapat pola yang teratur** baik untuk gap *perceived-expected service* maupun kepuasan yang dialami oleh pelanggan. Hal ini disebabkan karena *spare part* yang dibutuhkan sangat bervariasi, kebutuhan *spare part* tidak dipengaruhi oleh lama menjadi pelanggan,

tetapi dipengaruhi oleh jenis *injection pump* yang diservis yang dimiliki oleh pelanggan.

6). **Indikator Tangible 6** : Kenyamanan Ruang Tunggu

Tabel 89 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas
Kenyamanan Ruang Tunggu

Kenyamanan Ruang Tunggu	Perceived Service (B.T6)	Expected Service (C.T6)	Performance Service (D.T6)
Tidak Setuju	4	2	4
Netral	36	27	23
Setuju	42	52	62
Sangat Setuju	18	19	11
Total	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

60 + 71 + 73

Tabel 89 di atas menyajikan dominasi tentang **pemahaman akan informasi** kenyamanan ruang tunggu **cukup baik** yaitu terlihat dari 60 responden yang mengatakan setuju. Masih di tabel yang sama, responden memiliki **harapan yang tinggi** untuk mendapatkan ruang tunggu yang nyaman, yang mana terlihat dari dominasi responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 71 orang. Namun demikian masih ada 29 orang yang memiliki harapan rendah akan kenyamanan ruang tunggu, seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no 68 bahwa responden tidak terlalu berharap mendapatkan ruang tunggu yang sangat istimewa sering kali hanya meninggalkan *injection pump* yang diservis dan akan mengambilnya kembali setelah selesai.

Performance kondisi ruang tunggu Bengkel ASSA BARU DIESEL adalah **nyaman dan memadai** yang mana terdapat 73 responden yang memberikan jawaban setuju. Namun masih terdapat 27 orang menilai kurang nyaman. Berdasarkan keterangan tambahan yang terungkap dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no.46 bahwa ruang tunggu terlalu kecil dan bising, mengingat suara yang ditimbulkan dari mesin test sangat keras. Oleh karena itu, responden menyarankan agar diberi peredam.

Tabel 89 di atas memperlihatkan hasil analisis gap *perceived-expected service* indikator kenyamanan ruang tunggu yaitu terjadi **peningkatan harapan** pada responden untuk mendapatkan fasilitas ruang tunggu yang nyaman, hal ini terbukti dari **semakin berkurangnya** jumlah responden yang semula memberikan jawaban tidak setuju dan netral, dan **semakin bertambahnya** jumlah responden yang memberikan jawaban setuju. Jika dibandingkan antara *expected* dan *performance*, telah terjadi **peningkatan kepuasan yang relatif kecil** pada pelanggan yang memberikan jawaban setuju. ketika dibandingkan antara *perceived* dan *performance*, yaitu apa yang dirasakan **melebihi** informasi yang didapatkan, sehingga dapat dikatakan bahwa responden **puas** atas kondisi ruang tunggu Bengkel ASSA BARU DIESEL, dan **sudah sesuai dengan harapan** responden.

Tabel 90 :
Tabulasi Silang Sumber Informasi dengan Kategori Pemilik
Kenyamanan Ruang Tunggu

Kenyamanan Ruang Tunggu		Kategori Pemilik			Total
		Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Sumber Informasi	Iklan / Reklame	0	3	2	5
	<i>Personal Selling</i>	1	1	2	4
	Tahu Sendiri / Satu Lokasi	0	1	4	5
	Teman / Kerabat / Saudara	1	4	21	26
Total		2	9	29	40

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 90 menyajikan tabulasi silang antara sumber informasi dengan kategori pemilik yang merespon kurang tentang informasi kenyamanan ruang tunggu. Seperti hasil di Tabel 90, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang **kurang mendapat informasi yang baik** mengenai kenyamanan ruang dari teman / kerabat / saudara mereka adalah 26 orang yang terdiri dari 4 bengkel umum dan 21 *end user*.

Tabel 91 berikut menampilkan hasil tabulasi silang kenyamanan ruang tunggu dengan kategori pemilik sehingga dapat diketahui secara lebih rinci karakteristik responden yang ada.

Tabel 91 :
Tabulasi Silang Kenyamanan Ruang Tunggu dengan Kategori Pemilik

Kenyamanan Ruang Tunggu	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	Total
Perceived Service				
Tidak Setuju	0	0	4	4
Netral	2	9	25	36
Setuju	2	14	26	42
Sangat Setuju	1	4	13	18
Expected Service I	=	+ 1	+ 10	
Tidak Setuju	0	0	2	2
Netral	2	8	17	27
Setuju	1	14	37	52
Sangat Setuju	2	5	12	19
Performance Service II	=	+	=	
Tidak Setuju	0	0	4	4
Netral	2	6	15	23
Setuju	3	16	43	62
Sangat Setuju	0	5	6	11

Sumber : data primer yang diolah, 2011

I. GAP = Perceived : Expected

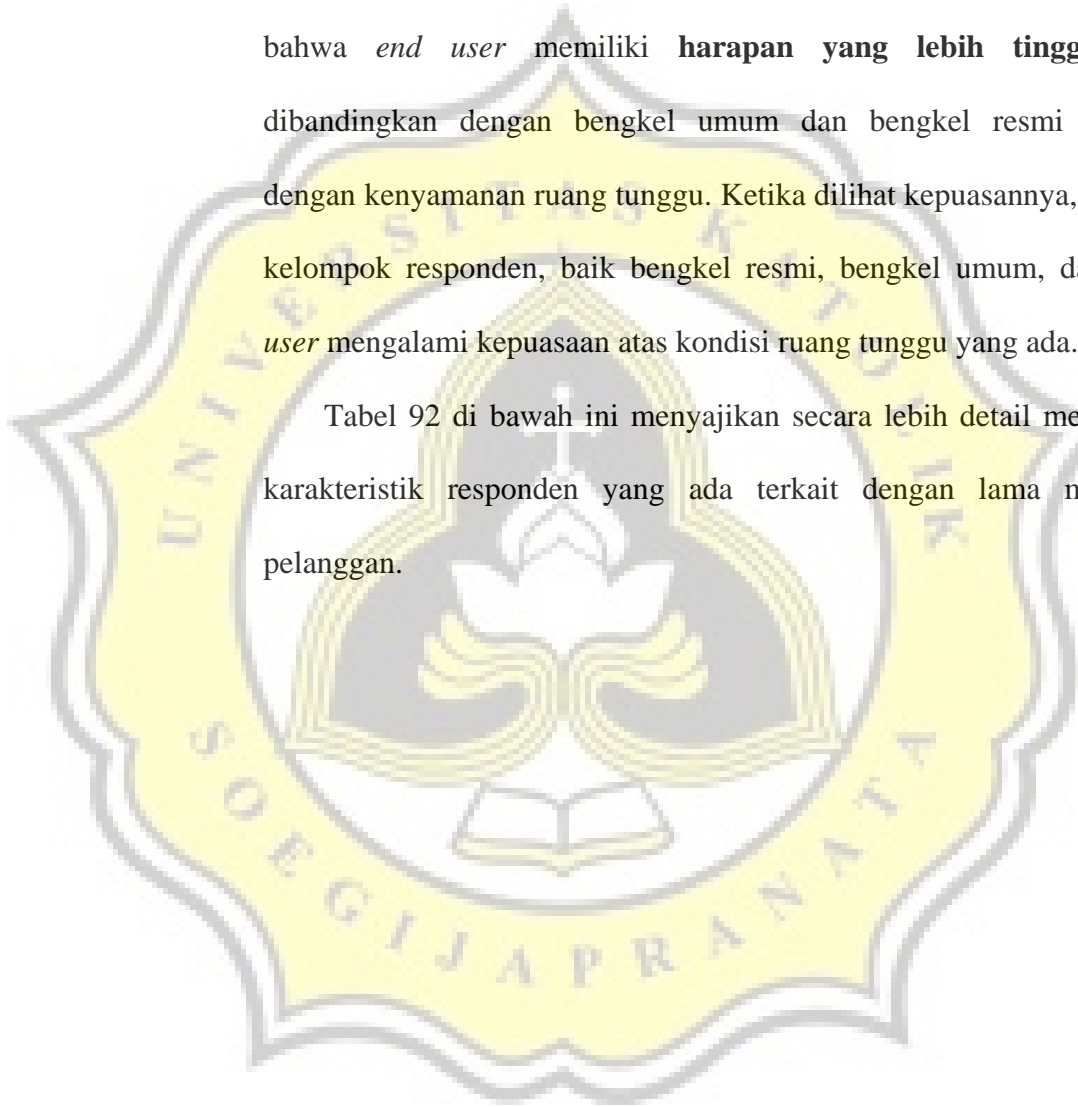
II. KEPUASAN = Expected : Performance

Berdasarkan Tabel 91, dominasi responden tentang informasi pemahaman kenyamanan ruang tunggu Bengkel ASSA BARU DIESEL nampak pada mayoritas kelompok responden, yaitu 3 dari 5 bengkel resmi, 18 dari 27 bengkel umum, dan 39 dari 68 *end user* yang memberikan jawaban setuju. Harapan akan kenyamanan ruang tunggu juga mayoritas nampak pada masing-masing kelompok responden yaitu 3 dari 5 bengkel resmi, 19 dari 27 bengkel umum, dan 49 dari 68 *end user* memberikan jawaban setuju. Kondisi ruang tunggu Bengkel ASSA BARU DIESEL **dinilai nyaman** oleh

mayoritas responden, baik bengkel resmi, bengkel umum, maupun *end user*.

Berdasarkan hasil tabulasi silang di atas, *gap perceived-expected service* terbesar terjadi di kelompok *end user*. Hal ini menunjukkan bahwa *end user* memiliki **harapan yang lebih tinggi** jika dibandingkan dengan bengkel umum dan bengkel resmi terkait dengan kenyamanan ruang tunggu. Ketika dilihat kepuasannya, semua kelompok responden, baik bengkel resmi, bengkel umum, dan *end user* mengalami kepuasan atas kondisi ruang tunggu yang ada.

Tabel 92 di bawah ini menyajikan secara lebih detail mengenai karakteristik responden yang ada terkait dengan lama menjadi pelanggan.



Tabel 92 :
Tabulasi Silang Kenyamanan Ruang Tunggu dengan Lama Menjadi Pelanggan

Kenyamanan Ruang Tunggu	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 Tahun	
Perceived Service							
Tidak Setuju	1	1	0	1	0	1	4
Netral	0	12	12	6	1	5	36
Setuju	0	11	14	8	1	8	42
Sangat Setuju	0	5	6	3	2	2	18
Expected Service							
Tidak Setuju	0	1	0	1	0	0	2
Netral	1	8	9	4	1	4	27
Setuju	0	14	17	10	1	10	52
Sangat Setuju	0	6	6	3	2	2	19
Performance Service							
Tidak Setuju	0	1	1	1	0	1	4
Netral	1	8	6	3	1	4	23
Setuju	0	18	22	11	1	10	62
Sangat Setuju	0	2	3	3	2	1	11

Sumber : data primer yang diolah, 2011

GAP :	0	20	25	14	3	11
Perceived : Expected	0	-4	-3	-2	0	-2
KEPUASAN :	0	0	+2	+1	0	-1
Expected : Performance	0	0	+2	+1	0	-1

Ketika melihat Tabel 92, peningkatan kepuasan dialami oleh responden > 3-5 tahun dan > 5-7 tahun. Semakin lama responden menjadi pelanggan, gap yang terbentuk **semakin berkurang**, walaupun setelah titik tertentu **meningkat kembali**. Jika dilihat kepuasannya, **penurunan kepuasan yang relatif rendah** dialami oleh responden > 9-11 tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua kelompok responden merasa puas atas kondisi ruang tunggu yang ada.

Tabel 93 :
Ringkasan Indikator *Tangible*

Indikator <i>Tangible</i>	<i>Perceived Service</i> (B)				<i>Expected Service</i> (C)				<i>Performance Service</i> (D)				
	TS	N	S	SS	TS	N	S	SS	STS	TS	N	S	SS
<i>Tangible 1</i>	3	33	51	13	-	22	61	17	-	2	24	64	10
<i>Tangible 2</i>	1	12	62	25	-	5	70	25	-	1	5	75	19
<i>Tangible 3</i>	1	25	54	20	1	18	60	21	-	-	15	73	12
<i>Tangible 4</i>	-	23	53	24	-	9	60	31	-	-	14	72	14
<i>Tangible 5</i>	2	21	60	17	1	10	64	25	1	-	12	68	19
<i>Tangible 6</i>	4	36	42	18	2	27	52	19	-	4	23	62	11

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju; TS : Tidak setuju; N : Netral; S : Setuju; SS : Sangat Setuju

Tangible 1 : Informasi Papan Petunjuk Jelas;

Tangible 2 : Lokasi Mudah Dijangkau;

Tangible 3 : Luas Bengkel Memadai;

Tangible 4 : Mesin Test Memadai;

Tangible 5 : Penyediaan Spare Part;

Tangible 6 : Kenyamanan Ruang Tunggu

Tabel 93 menyajikan gabungan analisis untuk indikator *tangible*.

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa indikator **luas bengkel memadai, kenyamanan ruang tunggu** menunjukkan tren peningkatan, sedangkan indikator **lokasi yang mudah dijangkau** merupakan indikator yang paling rendah tingkat kesenjangannya. Hasil yang tersaji pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah responden yang memberikan jawaban netral atas *performance service* untuk indikator *tangible* berturut-turut adalah 24; 5; 15; 14; 12; dan 23 orang. Jika dicocokkan dengan pendapat responden yang dikemukakan pada pertanyaan terbuka, indikator *tangible 1* yaitu mengenai papan petunjuk, masih banyak responden yang mengatakan kurang jelas, sedangkan untuk indikator yang lainnya sudah cukup baik.

b. Kepuasan Pelanggan

Tabel 94 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan (E)	Pelayanan yang Diberikan	Fasilitas yang disediakan
Tidak Setuju	-	1
Netral	10	15
Setuju	68	68
Sangat Setuju	22	16
Total	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 89 merupakan hasil tanggapan responden terhadap kepuasan yang mereka rasakan baik atas pelayanan yang diberikan dan fasilitas yang disediakan. Menurut tabel tersebut, dominasi responden **merasa puas atas pelayanan yang diberikan** Bengkel ASSA BARU DIESEL, yang ditunjukkan dari 90 orang yang menjawab setuju. Namun demikian, masih terdapat 10 orang yang memberikan jawaban netral. Seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 72 yaitu agar karyawan meningkatkan kemampuan pengetestan *injection pump* terutama berkaitan dengan alat berat jenis *caterpillar*, serta menghendaki adanya pemberitahuan ketika *injection pump* selesai diservis dan sistem *follow up* (responden no. 73), dan pekerjaan dilakukan lebih cepat (responden no. 12).

Tabel 89 juga menyajikan penilaian responden terkait dengan kepuasan atas fasilitas yang disediakan Bengkel ASSA BARU DIESEL. Mayoritas responden yaitu sebanyak 84 orang **menilai puas**

atas fasilitas yang diberikan, namun masih terdapat 16 orang yang mengatakan kurang puas. Seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, misalnya oleh responden no. 69 yang memberikan masukan berkaitan dengan ruang tunggu yang belum nyaman, *spare part* yang terkadang tidak tersedia (responden no. 48), tenaga mekanik yang kurang ahli untuk test *caterpillar* (responden no. 72), serta belum adanya alat test untuk tipe *commonrail* (responden no. 73) (lihat lampiran 3.9).

Tabel 95 :
Tabulasi Silang Kepuasan Pelanggan dengan Kategori Pemilik

Kepuasan Pelanggan (E)	Kategori Pemilik			
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	<i>End User</i>	Total
Pelayanan yang diberikan				
Netral	0	1	9	10
Setuju	5	20	43	68
Sangat Setuju	0	6	16	22
Fasilitas yang disediakan				
Tidak Setuju	0	0	1	1
Netral	3	1	11	15
Setuju	2	21	45	68
Sangat Setuju	0	5	11	16

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 95 menyajikan tabulasi silang kepuasan pelanggan dengan kategori pemilik, yang mana menunjukkan bahwa diantara 10 responden yang memberikan jawaban netral atas pelayanan Bengkel ASSA BARU DIESEL, 9 diantaranya merupakan *end user* dan sisanya adalah bengkel umum. Masih di tabel yang sama, dominasi responden atas fasilitas yang kurang memuaskan berasal dari *end user*

yaitu sebanyak 12 orang. Jadi dapat disimpulkan bahwa kelompok *end user* **lebih menuntut** mendapatkan fasilitas dan pelayanan yang lebih baik jika dibandingkan dengan bengkel umum dan bengkel resmi.

Tabel 96 :
Tabulasi Silang Kepuasan Pelanggan dengan Lama Menjadi Pelanggan

Kepuasan Pelanggan (E)	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Pelayanan yang Diberikan							
Netral	0	5	2	1	0	2	10
Setuju	1	21	21	12	2	11	68
Sangat Setuju	0	3	9	5	2	3	22
Fasilitas yang Disediakan							
Tidak Setuju	0	0	0	1	0	0	1
Netral	1	5	6	0	0	3	15
Setuju	0	22	20	13	2	11	68
Sangat Setuju	0	2	6	4	2	2	16

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 96 menyajikan tabulasi silang kepuasan pelanggan dengan lama menjadi pelanggan, baik atas pelayanan dan fasilitas yang ada menunjukkan bahwa mayoritas responden yang memberikan jawaban setuju adalah **responden yang telah lama menjadi pelanggan** Bengkel ASSA BARU DIESEL. Jadi dapat disimpulkan bahwa **semakin lama menjadi pelanggan, tingkat kepuasan semakin tinggi.**

c. Loyalitas Pelanggan

Tabel 97 :
Distribusi Frekuensi Tanggapan atas Loyalitas Pelanggan

Loyalitas Pelanggan (F)	<i>Repurchase</i>	Rekomendasi	<i>WOM</i> Positif	Kesetiaan atas Harga
Tidak Setuju	-	-	-	13
Netral	1	6	8	25
Setuju	47	56	61	22
Sangat Setuju	52	38	31	40
Total	100	100	100	100

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Tabel 97 menyajikan tanggapan yang diberikan oleh responden terkait dengan indikator keinginan melakukan *repurchase*. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa 99 responden **memiliki keinginan untuk kembali melakukan servis *injection pump*** di Bengkel ASSA BARU DIESEL. Masih di tabel yang sama, mayoritas responden memiliki keinginan **untuk melakukan rekomendasi** ke teman / kerabat mengenai Bengkel ASSA BARU DIESEL sebagai penyedia servis *injection pump*. Tabel 97 juga menyajikan tanggapan responden terkait dengan keinginan **menyampaikan *word of mouth* yang positif**. Berdasarkan tabel tersebut, mayoritas responden yaitu sebanyak 92 orang menyampaikan *word of mouth* yang positif tentang Bengkel ASSA BARU DIESEL.

Tabel 97 menunjukkan bahwa proses pembentukan loyalitas diawali dari kesediaan untuk mengatakan yang positif, kemudian berkembang menjadi rekomendasi dan akhirnya melakukan

repurchase. Hal itu terbukti dari **meningkatnya** jumlah responden yang menilai sangat setuju atas WOM positif, rekomendasi, dan *repurchase* berturut-turut 31, 38, dan 52. Berdasarkan keterangan yang terungkap dalam kuesioner terbuka, responden mengungkapkan kelebihan Bengkel ASSA BARU DIESEL dibandingkan bengkel *injection pump* lainnya yaitu hasil pekerjaan baik, bagus, cepat, akurat, memuaskan, dan tepat waktu; lokasi dekat, mudah dijangkau, memadai, serta aman; alat memadai dan mesinnya baru; kalau komplain dilayani hingga hasilnya sempurna; karyawan handal, teliti, profesional, berpengalaman, jujur, transparan, tanggap terhadap keluhan; dapat dipercaya, jaminan barang tidak ditukar, suku cadang bagus dan tersedia; pelayanan ramah; harga murah dan terjangkau; informasi penggantian *spare part* cepat; ada garansi; serta memberikan saran yang baik (lihat lampiran 3.9). Kelebihan-kelebihan itulah yang menyebabkan responden merekomendasikan kepada teman / kerabat / saudara dan akhirnya mereka sendiri pun juga melakukan *repurchase* servis *injection pump* di Bengkel ASSA BARU DIESEL.

Kesetiaan responden terhadap Bengkel ASSA BARU DIESEL ketika dihadapkan pada harga servis yang lebih rendah, tingkat loyalitas **menurun**. Berdasarkan tabel tersebut, 62 responden mengatakan tidak akan pindah ke bengkel lain walaupun ada bengkel lain yang menawarkan harga servis lebih rendah. Menurut mereka,

seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, harga bukan pertimbangan utama, yang terpenting adalah kualitas. Mereka tetap memilih Bengkel ASSA BARU DIESEL karena keunggulannya sudah teruji; sudah cocok dengan hasil pekerjaannya; tepat waktu; bisa dipercaya; sudah mengenal karyawan dan pemilik; lokasi dekat; cepat dalam pengerjaan; karyawan berpengalaman, jujur; dan mesin yang baru. Sebaliknya, 38 responden memiliki keinginan untuk mencoba bengkel *injection pump* lain yang menawarkan harga servis lebih rendah. Mereka berpendapat, seperti yang terungkap dalam kuesioner terbuka, bahwa mereka ada keinginan untuk mencoba terlebih dahulu dengan mencari informasi apakah bengkel tersebut memang memiliki kualitas yang baik; ada juga responden yang ingin membuktikan apakah dengan harga rendah bisa memberikan hasil yang baik; karena tingginya biaya perbaikan kendaraan; kalau lokasi lebih dekat dan ada referensi yang baik dari teman atau kerabat (lihat lampiran 3.9). Berikut ini di Tabel 98 disajikan secara lebih detail tanggapan responden berdasarkan kategori pemiliknya.

Tabel 98 :
Tabulasi Silang Loyalitas Pelanggan dengan Kategori Pemilik

Loyalitas Pelanggan (F)	Kategori Pemilik			Total
	Bengkel Resmi	Bengkel Umum	End User	
Repurchase				
Netral	0	0	1	1
Setuju	4	10	33	47
Sangat Setuju	1	17	34	52
Rekomendasi				
Netral	0	0	6	6
Setuju	4	14	38	56
Sangat Setuju	1	13	24	38
WOM Positif				
Netral	1	0	7	8
Setuju	2	15	44	61
Sangat Setuju	2	12	17	31
Kesetiaan atas Harga				
Tidak Setuju	3	2	8	13
Netral	1	5	19	25
Setuju	1	6	15	22
Sangat Setuju	0	14	26	40

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 98 di atas, dominasi responden atas keinginan untuk *repurchase*, rekomendasi, WOM positif nampak pada semua kelompok responden, baik bengkel resmi, bengkel umum, maupun *end user*. Jika melihat tabel tersebut, bentuk loyalitas yang paling sering dilakukan oleh ketiga kelompok responden tersebut adalah *repurchase*. Namun ketika dihadapkan pada variabel harga, 4 dari 5 bengkel resmi akan mencoba bengkel lain tersebut, sedangkan bengkel umum sebanyak 25 % dan *end user* ada 39 % yang akan mencoba.

Tabel 99 :
Tabulasi Silang Loyalitas Pelanggan dengan Lama Menjadi Pelanggan

Loyalitas Pelanggan (F)	Lama Menjadi Pelanggan						Total
	< 1 tahun	1-3 tahun	> 3-5 tahun	> 5-7 tahun	> 7-9 tahun	> 9-11 tahun	
Repurchase							
Netral	0	0	1	0	0	0	1
Setuju	1	15	14	6	1	10	47
Sangat Setuju	0	14	17	12	3	6	52
Rekomendasi							
Netral	0	4	1	1	0	0	6
Setuju	1	16	19	9	2	9	56
Sangat Setuju	0	9	12	8	2	7	38
WOM Positif							
Netral	0	5	2	1	0	0	8
Setuju	1	17	17	10	3	13	61
Sangat Setuju	0	7	13	7	1	3	31
Kesetiaan atas Harga							
Tidak Setuju	1	6	2	0	0	4	13
Netral	0	6	13	1	1	4	25
Setuju	0	5	6	7	2	2	22
Sangat Setuju	0	12	11	10	1	6	40

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Ketika melihat hasil tabulasi silang loyalitas pelanggan dan lama menjadi pelanggan, pelanggan Bengkel ASSA BARU DIESEL termasuk kategori **pelanggan loyal**, yang bersedia **menyampaikan WOM positif**, melakukan **rekomendasi** dan melakukan **repurchase**, yang mana mayoritas responden menjadi pelanggan cukup lama yaitu > 1 tahun. **Semakin lama responden menjadi pelanggan, responden semakin loyal**, hal ini terlihat dari semakin sedikitnya jumlah responden yang mengatakan kurang pada pelanggan lama.

Namun ketika dihadapkan pada harga servis yang lebih rendah, pelanggan lama pun tetap berniat untuk mencoba, walaupun jika nantinya tidak cocok dengan hasilnya akan kembali lagi ke Bengkel ASSA BARU DIESEL.

C. IMPLIKASI TEORITIS DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Berdasarkan penjelasan yang telah diungkapkan dalam analisis distribusi frekuensi, dapat diketahui bahwa terjadi gap *perceived-expected service* untuk kelima dimensi kualitas jasa, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*. Gap yang terjadi menunjukkan bahwa **mayoritas responden, khususnya end user menunjukkan peningkatan harapan yang melebihi kelompok responden lain**. Terbukti yaitu walaupun semula mereka datang ke Bengkel ASSA BARU DIESEL tanpa informasi yang jelas, mereka tetap berharap mendapatkan yang lebih baik. Selain itu, **semakin lama menjadi pelanggan, responden semakin mengalami peningkatan kepuasan, walaupun masih ada indikator kepuasan yang tidak dipengaruhi oleh lama menjadi pelanggan yaitu pelayanan cepat, prioritas servis *injection pump*, dan penyediaan *spare part*, sedangkan pengerjaan *injection pump* tepat mengalami pola yang meningkat lalu menurun**. Tabel 100 dan 101 berikut ini menyajikan secara ringkas tanggapan responden terhadap indikator kualitas jasa jika dilihat dari *perceived service* dan *performance service*. Tabel tersebut **memberikan informasi mengenai kelebihan dan kelemahan Bengkel ASSA BARU DIESEL**.

Tabel 100 :
Ringkasan Tanggapan Responden Indikator Kualitas Jasa (*Perceived Service*)

No.	Keterangan	Nilai	Rerata	Peringkat
1.	Penyelesaian masalah <i>injection pump</i>	74	76	10
2.	Pengerjaan <i>injection pump</i> dengan tepat	74		10
3.	Informasi yang tepat	80		5
4.	Pelayanan yang cepat	75	69	9
5.	Informasi penggantian <i>spare part</i> cepat	85		2
6.	Penanganan komplain yang cepat	81		4
7.	Penyediaan jasa panggilan	35		14
8.	Garansi pengerjaan <i>injection pump</i>	78	78,5	7
9.	Kejujuran karyawan	79		6
10.	Pelayanan ramah	87	81,67	1
11.	Mendengarkan keluhan pelanggan	82		3
12.	Prioritas servis <i>injection pump</i> pelanggan	73		11
13.	Papan petunjuk jelas	64	71,5	12
14.	Lokasi mudah dijangkau	77		8
15.	Luas bengkel memadai	74		10
16.	Mesin test memadai	77		8
17.	Penyediaan <i>spare part</i>	77		8
18.	Kenyamanan ruang tunggu	60		13

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 100, *image* Bengkel ASSA BARU DIESEL yang terbentuk di benak konsumen adalah dengan urutan lima tertinggi adalah bengkel dengan pelayanan ramah, memberikan informasi penggantian *spare part* cepat, mendengarkan keluhan pelanggan, penanganan komplain cepat, dan memberikan informasi yang tepat. Masih di tabel yang sama, jika dilihat secara keseluruhan, dimensi yang **tertinggi** yang melekat pada Bengkel ASSA BARU DIESEL adalah dimensi *empathy*.

Kepuasan pelanggan dinilai baik secara umum atas fasilitas dan pelayanan yang mereka terima maupun kepuasan berdasarkan persepsi pelanggan yaitu dari kelima dimensi kualitas jasa yang terbentuk : *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* dengan masing-masing indikatornya. Secara

umum, mayoritas responden yang diteliti memberikan tanggapan **cukup puas** atas pelayanan dan fasilitas yang diberikan, yang mana \pm 80-90 % responden memberikan jawaban setuju.

Tabel 101 :
Ringkasan Tanggapan Responden Indikator Kualitas Jasa (*Performance Service*)

No.	Keterangan	Nilai	Rerata	Peringkat
1.	Penyelesaian masalah <i>injection pump</i>	91	90,33	5
2.	Pengerjaan <i>injection pump</i> dengan tepat	89		6
3.	Informasi yang tepat	91		5
4.	Pelayanan yang cepat	91	78	5
5.	Informasi penggantian <i>spare part</i> cepat	93		3
6.	Penanganan komplain yang cepat	91		5
7.	Penyediaan jasa panggilan	37		13
8.	Garansi pengerjaan <i>injection pump</i>	85		9
9.	Kejujuran karyawan	92	88,5	4
10.	Pelayanan ramah	95	87,66	1
11.	Mendengarkan keluhan pelanggan	93		3
12.	Prioritas servis <i>injection pump</i> pelanggan	75		10
13.	Papan petunjuk jelas	74	83,16	11
14.	Lokasi mudah dijangkau	94		2
15.	Luas bengkel memadai	85		9
16.	Mesin test memadai	86		8
17.	Penyediaan <i>spare part</i>	87		7
18.	Kenyamanan ruang tunggu	73		12

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 101 di atas, dapat dilihat bahwa diantara indikator-indikator tersebut, yang dianggap **paling penting** bagi responden berturut-turut adalah (a) pelayanan yang ramah; (b) lokasi mudah dijangkau; (c) informasi penggantian *spare part* cepat dan mendengarkan keluhan pelanggan; (d) kejujuran karyawan; (e) penyelesaian masalah *injection pump*, informasi yang tepat, dan pelayanan cepat, (f) pengerjaan *injection pump* dengan tepat; (g) penyediaan *spare part*; (h) mesin test memadai; (i) luas bengkel memadai; (j) prioritas servis *injection pump* pelanggan; (k) papan petunjuk jelas; (l)

kenyamanan ruang tunggu; dan (m) penyediaan jasa panggilan. Masih di Tabel 101, jika dilihat per dimensi kualitas, dimensi **reliability** dinilai paling penting oleh responden, berturut-turut berikutnya adalah *assurance*, *empathy*, *tangible*, dan *responsiveness*. Jika melihat nilai rerata masing-masing dimensi, dapat dikatakan bahwa pelanggan **cukup puas** atas kualitas jasa yang diberikan, walaupun tidak semua responden memberikan jawaban setuju, masih ada di antara mereka yang memberikan jawaban netral bahkan tidak setuju.

Ketika dibandingkan antara informasi yang diterima responden dengan kenyataan yang dirasakan, diperoleh hasil yang berbeda. Responden menilai *reliability* merupakan hal yang terpenting karena berkaitan dengan hasil servis atas *injection pump*, sedangkan persepsi yang terbentuk atas informasi yang ada adalah dimensi *empathy*.

Kualitas jasa Bengkel ASSA BARU DIESEL dinilai baik oleh responden, sehingga responden pun cukup puas atas pelayanan yang diberikan, walaupun masih ada yang belum sesuai dengan harapan mereka. Rasa puas pelanggan tersebut akhirnya membentuk komitmen dan pelanggan pun menjadi loyal, di mana mereka mau membeli dan menggunakan jasa tersebut secara berulang, merekomendasikan kepada teman dan kerabat, mengatakan hal-hal yang baik mengenai kelebihan Bengkel ASSA BARU DIESEL dibandingkan bengkel *injection pump* lainnya, dan tetap setia untuk menggunakan jasa tersebut walaupun ada pesaing yang menawarkan harga lebih rendah.

Implikasi teoritis yang dikembangkan dalam penelitian ini bermaksud memberikan perbandingan mengenai rujukan yang digunakan dalam penelitian

ini yaitu antara rujukan yang dipergunakan dengan hasil temuan penelitian ini. Model penelitian yang telah dikembangkan dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkuat konsep-konsep teoritis dan memberikan dukungan empiris terhadap penelitian sebelumnya. Implikasi teoritis penelitian ini disajikan di Tabel 102.

Tabel 102 :
Implikasi Teoritis

Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang	Implikasi Teoritis
Yu <i>et al.</i> , (2005) : mengungkapkan <i>perceived quality</i> berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.	Penelitian ini menyempurnakan penelitian yang sebelumnya mengenai kualitas jasa, kepuasan pelanggan, dan loyalitas.	Hasil penelitian ini menghasilkan rumusan sebagai berikut : 1. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian Yu <i>et al.</i> , (2005); Yieh <i>et al.</i> , (2007) Bilal (2010) bahwa gap <i>perceived-expected</i> mempengaruhi kepuasan pelanggan.
Yieh <i>et al.</i> , (2007) : <i>Perceived service quality (employee-customer interaction)</i> berpengaruh terhadap kepuasan, dan kepuasan mempengaruhi loyalitas.	Penelitian ini menggabungkan pemikiran yang diungkapkan oleh Parasuraman <i>et al.</i> , (1988), Teas (1993), Yu <i>et al.</i> , (2005), Yieh <i>et al.</i> , (2007), dan Bilal (2010). Penyempurnaan yang	2. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian Bahar <i>et al.</i> , (2009); Nurfanti <i>et al.</i> , (2009); Akbar dan Parvez (2009); Naik <i>et al.</i> , (2010); bahwa kualitas jasa mempengaruhi kepuasan pelanggan.
Bahar <i>et al.</i> , (2009); Nurfanti <i>et al.</i> , (2009); Akbar dan Parvez (2009); Naik <i>et al.</i> , (2010) : kualitas jasa mempengaruhi kepuasan pelanggan.	dilakukan yaitu : 1. membandingkan <i>perceived-expected</i> kualitas jasa 2. membandingkan <i>expected-performance</i> untuk mengetahui kepuasan pelanggan 3. menambahkan variabel harga dalam indikator loyalitas.	3. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian Rizan (2010); Akbar dan Parvez (2009); bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas
Bilal (2010) : Mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu <i>perceived quality, satisfaction, trust, switching cost, dan commitment</i> , di mana gap <i>perceived-expected</i> mempengaruhi kepuasan pelanggan.	Penelitian ini menggunakan pengukuran yang sama seperti Parasuraman <i>et al.</i> , (1988) namun dilakukan beberapa modifikasi terkait dengan item-item yang ada agar sesuai dengan kondisi perusahaan yang menjadi obyek penelitian.	
Rizan (2010); Akbar dan Parvez (2009) : kepuasan pelanggan mempengaruhi loyalitas		

Sumber : data sekunder, 2011

**Tabel 103 :
Implikasi Manajerial**

Hasil Penelitian	Pernyataan Terbuka dari Responden	Implikasi Manajerial
<p>1. Terdapat gap antara <i>perceived-expected service</i> di semua dimensi kualitas jasa</p> <p>2. Pelanggan mengalami kepuasan atas kualitas jasa yang diberikan yang mencakup aspek <i>reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible</i>.</p> <p>3. Pelanggan termasuk kategori pelanggan loyal, yang mana terlihat dari kemauan untuk rekomendasi, <i>repurchase</i>, dan menyampaikan <i>word of mouth</i> yang positif.</p>	<p>1. <i>Reliability</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Masih ada beberapa pekerjaan yang membutuhkan pengerjaan ulang. ▪ Masih adanya kesan belum memberikan informasi yang tepat terkait masalah <i>injection pump</i>. <p>2. <i>Responsiveness</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Perlunya penanganan servis <i>injection pump</i>, pemberian informasi penggantian <i>spare part</i>, dan penanganan komplain dengan cepat. ▪ Perlunya menyediakan layanan jasa panggilan. <p>3. <i>Assurance</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Perlunya memperpanjang waktu garansi. <p>4. <i>Empathy</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Masih adanya pelanggan yang merasa tidak diprioritaskan. <p>5. <i>Tangible</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Perlunya memperjelas papan petunjuk jalan. ▪ Kurang luasnya area <i>workshop</i> ▪ Ruang tunggu masih harus disempurnakan. ▪ Memperbaharui mesin sesuai perkembangan teknologi. ▪ Melengkapi penyediaan <i>spare part</i> 	<p>Mempertahankan kelebihan yang menjadi kekuatan Bengkel ASSA BARU DIESEL dan melakukan perbaikan atas apa yang menjadi kelemahan Bengkel ASSA BARU DIESEL.</p>

Sumber : data primer yang diolah, 2011

Penelitian ini memperoleh beberapa bukti analisis data berdasarkan hasil distribusi frekuensi, tabulasi silang, serta penjelasan secara lebih detail mengenai responden yang memberikan jawaban netral maka dapat disimpulkan bahwa

kinerja bengkel ASSA BARU DIESEL sudah cukup baik, namun agar Bengkel ASSA BARU DIESEL tetap dapat bertahan dalam bisnis ini, maka perusahaan harus senantiasa memperbaiki diri. Tabel 103 menyajikan implikasi kebijakan yang dapat diberikan sebagai masukan kepada manajemen dalam rangka meningkatkan kinerja Bengkel ASSA BARU DIESEL. Berikut ini adalah penjelasan lebih detail atas implikasi manajerial yang tersaji di Tabel 103.

Terkait dengan mempertahankan kelebihan dan memperbaiki kelemahan Bengkel ASSA BARU DIESEL, yaitu dapat dilihat dari Tabel 101. Berdasarkan tabel tersebut, Bengkel ASSA BARU DIESEL perlu mempertahankan apa menjadi keunggulan dibandingkan bengkel lain yaitu : (a) pelayanan yang ramah; (b) lokasi mudah dijangkau; (c) kecepatan pemberian informasi penggantian *spare part* dan mendengarkan keluhan pelanggan; (d) kejujuran karyawan; (e) penyelesaian masalah *injection pump*, informasi yang tepat, dan pelayanan cepat, dan berusaha memperbaiki kelemahan yang ada yaitu terkait dengan : (a) ketepatan pengerjaan *injection pump*; (b) penyediaan *spare part*; (c) mesin test memadai; (d) luas bengkel memadai; (e) prioritas servis *injection pump* pelanggan; (f) papan petunjuk jelas; (g) kenyamanan ruang tunggu; dan (h) penyediaan jasa panggilan. Perbaikan tersebut dilakukan terhadap faktor *physical evidence*, *people*, dan *process*. Berikut ini adalah penjelasan lebih detail terkait dengan strategi perbaikan yang dapat dilakukan.

Jika dilihat dari faktor *physical evidence*, bengkel *injection pump* merupakan usaha yang sangat dipengaruhi oleh teknologi. Teknologi mesin diesel berkembang sangat pesat. Pada saat ini populasi mobil bermesin diesel sudah

mulai banyak yang menggunakan tipe *commonrail* dan *direct injection*. Selain itu dengan semakin langkanya BBM, produsen mobil juga mulai menggunakan teknologi mesin *hybrid*, yaitu perpaduan antara bahan bakar dan listrik. Teknologi mobil berbahan bakar gas juga digunakan karena semakin langka dan mahalnnya harga BBM. Dalam beberapa tahun ke depan, Bengkel ASSA BARU DIESEL perlu menyediakan mesin untuk test *injection pump* tipe *common rail*.

Masih sehubungan dengan *physical evidence*, Bengkel ASSA BARU DIESEL berupaya untuk memperluas usaha dengan cara memperluas lokasi bengkel, sehingga dapat menampung mobil lebih banyak. Dampaknya yaitu, pelanggan tidak perlu menunggu lama, karena area parkir dan *workshop* yang tersedia menjadi lebih luas. Perusahaan juga mempertimbangkan untuk menambah variasi *spare part* yang ada, sehingga ketika ada *injection pump* yang rusak dan membutuhkan penggantian, pihak bengkel dapat langsung memberitahukan kepada pelanggan jenis *spare part* yang rusak, dan berapa harganya. Ketika penyediaan *spare part* lengkap maka *injection pump* yang diservis juga dapat selesai lebih cepat dan pelanggan menjadi puas.

Jika dilihat dari faktor *people*, upaya yang dapat dilakukan oleh Bengkel ASSA BARU DIESEL adalah dengan memberikan *training* kepada mekanik. Program *training* ini dilakukan bekerja sama dengan PT. DENSO SALES INDONESIA. Training dilakukan \pm 4 bulan sekali. Materi pelatihan sudah dijadwalkan dari pihak penyelenggara yaitu PT. DENSO SALES INDONESIA, misalnya : servis *rotary type*, *NB type*, *nozzle double spring*, dan lain-lain. Pelatihan dilakukan di PT. DENSO SALES INDONESIA, Jalan Gaya Motor I

No. 6, Sunter II, Tanjung Priok, Jakarta. Segala peralatan dan mesin yang dibutuhkan untuk pelatihan sudah disediakan oleh pihak penyelenggara. *Training* berlangsung selama \pm 4 hari. Biaya *training* ditanggung bersama antara PT. DENSO SALES INDONESIA dan *service dealer* (Bengkel ASSA BARU DIESEL). Masih berkaitan dengan faktor *people*, di masa mendatang jumlah *injection pump* tipe *commonrail* semakin banyak, sehingga diperlukan juga pelatihan untuk menservis *injection pump* tipe tersebut. Saat ini, servis untuk tipe *commonrail* hanya bisa dilakukan di dealer resmi saja, sehingga ketika ada pelanggan yang datang ke bengkel *injection pump* yang ditunjuk sebagai perantara (*Electronically Controlled Diesel*), pihak bengkel hanya akan mengirimkan *injection pump* tersebut ke Jakarta untuk diservis di sana.

Jika dilihat dari faktor *process*, upaya yang perlu dilakukan oleh Bengkel ASSA BARU DIESEL adalah berusaha untuk lebih mempercepat proses perbaikan dan servis *injection pump*. Usaha untuk mempercepat proses produksi dapat dilakukan dengan menambah jumlah tenaga kerja terutama pada bagian test atau kalibrasi *injection pump*. Telah dijelaskan sebelumnya dalam profil perusahaan bahwa tenaga mekanik yang melakukan kalibrasi *injection pump* hanya satu sedangkan jumlah mesin yang dimiliki oleh Bengkel ASSA BARU DIESEL ada dua buah, sehingga dapat dikatakan ada kapasitas yang menganggur yang seharusnya bisa dimanfaatkan. Usaha yang dapat dilakukan oleh pemilik perusahaan adalah mulai melakukan regenerasi mekanik, dengan membina mekanik-mekanik muda yang nantinya mampu melakukan test *injection pump*.