

# INTEGRASI MODEL *SERVICE QUALITY* DAN *POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE (PGCV)* DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. BINTANG PRIMA PERKASA

Johan Samuel<sup>1</sup>, Rindra Yusianto<sup>2</sup>, Rudi Tjahyono<sup>3</sup>

Program Studi Teknik Industri

Fakultas Teknik

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Email, [johansamuel18@gmail.com](mailto:johansamuel18@gmail.com), [rindra@dsn.dinus.ac.id](mailto:rindra@dsn.dinus.ac.id), [rudi@dosen.dinus.ac.id](mailto:rudi@dosen.dinus.ac.id)

## ABSTRAK

Persaingan ketat antar perusahaan karoseri mengharuskan perusahaan selalu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada setiap pelanggan. CV Bintang Prima Perkasa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri karoseri dan konstruksi, dimana produk yang dihasilkan berupa *Cargo Box (Steel/Aluminium)*. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan serta menentukan urutan prioritas perbaikan pada atribut-atribut dari dimensi kualitas pelayanan. Dari model *Service Quality* didapatkan nilai *Service Quality* sebesar 3.21. Berdasarkan pemetaan diagram kartesius pada *Importance Performance Analysis (IPA)* menghasilkan enam atribut pada kuadran I, lima atribut pada kuadran II, delapan atribut pada kuadran III dan lima atribut pada kuadran IV. Dengan perhitungan indeks *PGCV* berdasarkan atribut-atribut yang berada pada kuadran I diagram kartesius menghasilkan urutan prioritas perbaikan sebagai berikut: prioritas pertama yaitu atribut T5 (indeks *PGCV*=15.66), prioritas kedua yaitu atribut T2 (indeks *PGCV*=15.29), prioritas ketiga yaitu atribut RL3 (indeks *PGCV*=15.26), prioritas keempat yaitu atribut T1 (indeks *PGCV*=13.59), prioritas kelima yaitu atribut E4 (indeks *PGCV*=13.38) dan prioritas keenam yaitu atribut T3 (indeks *PGCV*=11.87). Berdasarkan hasil pengukuran atribut-atribut dari dimensi kualitas pelayanan tersebut, maka diperlukan perbaikan pada atribut sesuai dengan urutan prioritasnya sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

**Kata Kunci** : Kepuasan Pelanggan, Dimensi Kualitas Pelayanan, *Service Quality*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, Indeks *PGCV*.

## ABSTRACT

*Intense competition between the company carrosserie requires that the company always provides satisfying service to every customer. CV Bintang Prima Perkasa is one of the companies engaged in the field of industry and construction, carrosserie where products are produced in the form of Cargo box (Steel/Aluminium). The purpose of this research is to increase customer satisfaction by performing the measurement of the level of customer satisfaction with the quality of service as well as determine the order of priority improvements to the attributes of the dimensions of service quality. From those Service Quality obtained the value of service quality of 3.21. Cartesian diagram mapping based on Importance Performance Analysis (IPA) produces six attributes in quadrant I, quadrant II attributes on five, eight attributes in quadrants III and five attributes in quadrant IV. With the calculation the index of PGCV based on attributes in the quadrant Cartesian diagram I produce the order of priority fixes as follows: first priority attribute T5 (PGCV index = 15.66) the second priority, namely attributes T2 (PGCV index = 15) third priority, namely attributes RL3 (PGCV index = 13) fourth priority, namely attributes T1 (PGCV index = 20) the fifth priority, namely attributes E4 (PGCV index = 13.38) and a sixth priority, namely the attribute T3 (PGCV index = 11.87). Based on the results of the measurements of attributes of the dimension of the quality of the service, then the necessary improvements on the attributes according to the order of precedence so that expected to increase customer satisfaction.*

**Keywords**: *Customer Satisfaction, The Dimention of Service Quality, Service Quality, Importance Performance Analysis ( IPA ), PGCV index.*

## 1. PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan telah terpenuhi. Menurut Kotler dan Keller (2009), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Apabila pelanggan tidak puas, mereka cenderung akan beralih ke perusahaan lain yang menawarkan pelayanan yang lebih baik<sup>[1]</sup>.

CV Bintang Prima Perkasa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri karoseri dan konstruksi, dimana produk yang dihasilkan/diproduksi berupa *Cargo Box (Steel/Aluminium)*. Berdasarkan data penjualan perusahaan pada bulan April 2014 sampai April 2015, menunjukkan penurunan *order* yang signifikan pada bulan Januari 2015 sampai April 2015.

Menurut hasil survey pendahuluan pada perusahaan, penurunan *order* tersebut dikarenakan masih rendahnya kinerja bagian pemasaran, yaitu seringkali menolak *order* dari pelanggan karena masih terbatasnya kapasitas ruang produksi. Pada bulan Januari 2015 sudah dilakukan perluasan kapasitas produksi, tetapi *order* dari pelanggan masih menurun dikarenakan mereka sudah berasumsi bahwa perusahaan tidak mampu melayani *order* tersebut sehingga pelanggan cenderung beralih ke industri karoseri lainnya.

Dilihat dari permasalahan yang terjadi, CV Bintang Prima Perkasa harus segera melakukan perbaikan kualitas pelayanan dengan memperbaiki setiap atribut dimensi kualitas pelayanan. Hal ini dimaksudkan agar dapat mengatasi penurunan kepuasan pelanggan dari CV Bintang Prima Perkasa. Perbaikan atribut-atribut dari dimensi kualitas pelayanan pada pelanggan diharapkan dapat berdampak pada meningkatnya kembali *order* dari pelanggan.

## 2. METODE PENELITIAN

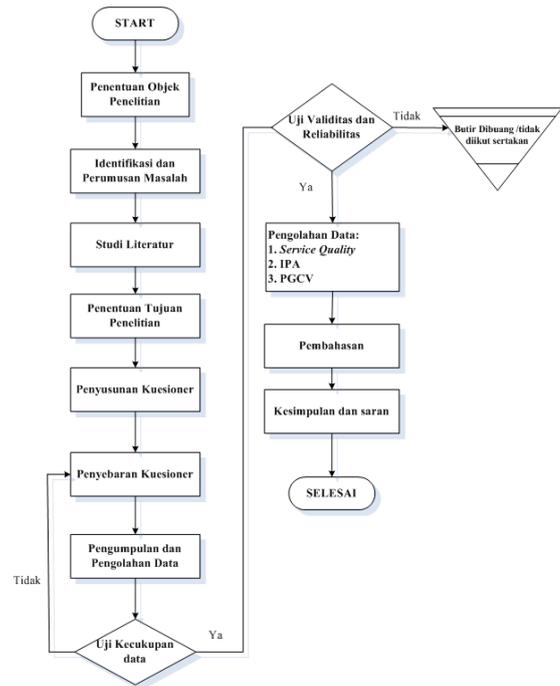
Objek penelitian adalah pelanggan dari CV Bintang Prima Perkasa.

### Data yang Dibutuhkan

1. Data Primer
  - a. Atribut dari dimensi kualitas pelayanan.

- b. Tingkat persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan.
  - c. Data penjualan pada bulan April 2014 sampai dengan April 2015.
2. Data Sekunder, data ini merupakan data-data pendukung yang didapatkan dari buku, hasil penelitian sebelumnya dan Jurnal.

### Alur Penelitian



Gambar 1. Alur Penelitian

### Pengolahan Data

#### 1. Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data dilakukan untuk menentukan jumlah sampel minimal yang harus diperoleh untuk mewakili keseluruhan populasi. Uji kecukupan data dapat menggunakan rumus (Isgiyanto, 2009)<sup>[2]</sup> yaitu:

$$n = \frac{N(Z_{1-\alpha})^2 pq}{Nd^2 + (Z_{1-\alpha})^2 pq} \quad \dots(1)$$

Dimana :

- n = jumlah sampel
- N = populasi yang diketahui
- d = tingkat ketelitian
- p = proporsi yang sebenarnya
- q = 1-p
- $Z_{1-\alpha}$  = nilai pada tabel normal

## 2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah butir pernyataan telah mengungkapkan apa yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Pengujian dilakukan menggunakan *Software SPSS versi 16*.

## 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS versi 16*.

## 4. Pengukuran *Service Quality*

Perhitungan skor tingkat kepuasan pelanggan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{K} \quad \dots(2)$$

Dimana :

K = banyaknya faktor atau atribut dari dimensi kualitas pelayanan

## 5. *Importance Performance Analysis*

Pengolahan data pada *Importance Performance Analysis (IPA)* diawali dengan menentukan skor rata-rata tingkat persepsi dan tingkat kepentingan dengan menggunakan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \dots(3)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \quad \dots(4)$$

Dengan :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat persepsi

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

### a. Diagram Kartesius

Pemetaan diagram kartesius dilakukan menggunakan *Software SPSS versi 16*. Diagram ini dibagi menjadi 4 kuadran (Supranto, 2001) <sup>[3]</sup>:

1. Kuadran pertama (I), memerlukan penanganan yang perlu diprioritaskan oleh tingkat manajemen, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan rendah.
2. Kuadran kedua (II), menunjukkan daerah yang harus dipertahankan, karena tingkat kepentingan tinggi sedangkan tingkat kepuasan juga tinggi.
3. Kuadran ketiga (III), disebut juga sebagai daerah prioritas rendah, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan juga rendah.
4. Kuadran keempat (IV), dikategorikan

sebagai daerah berlebihan, karena tingkat kepentingan rendah sedangkan tingkat kepuasan tinggi.

## 6. *Potential Gain In Customer Value*

Langkah-langkah menghitung *PGCV* adalah :

### a. *Archive Customer Value (ACV)*

$$ACV = \bar{X} \times \bar{Y} \quad \dots(5)$$

Dimana :  $\bar{X}$  = Skor rata-rata kinerja

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata kepentingan

### b. *Ultimately Desire Customer Value*

$$UDCV = \bar{Y} \times \bar{X}_{max} \quad \dots(6)$$

Dimana :

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

$\bar{X}_{max}$  = Nilai maksimal skala Likert

### c. Indeks *PGCV*

$$\text{Indeks } PGCV = UDCV - ACV \quad \dots(7)$$

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Kecukupan Data

Berdasarkan uji kecukupan data dengan menggunakan  $\alpha = 10\%$  dengan jumlah populasi yang diketahui sebanyak 81 pelanggan, didapatkan jumlah sampel minimal yaitu sebanyak  $27.8=28$ . Sehingga dengan pengambilan data kuesioner sebanyak 45 kuesioner, maka data sudah dianggap cukup untuk mewakili sebagai sampel suatu populasi dari pelanggan CV Bintang Prima Perkasa.

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner yang diberikan pada responden selama penelitian. Uji validitas ini dilakukan dengan bantuan *software SPSS versi 16* pada butir tingkat persepsi dan harapan. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 1 dan 2.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Butir Persepsi

No	Atribut	r hitung	r tabel	Status
1	T1	0.455	0.294	Valid
2	T2	0.534	0.294	Valid
3	T3	0.526	0.294	Valid
4	T4	0.502	0.294	Valid
5	T5	0.408	0.294	Valid
6	RL1	0.396	0.294	Valid
7	RL2	0.442	0.294	Valid
8	RL3	0.543	0.294	Valid
9	RL4	0.415	0.294	Valid

Lanjutan Tabel 1 Hasil Uji Validitas Butir Persepsi

10	RL5	0.449	0.294	Valid
11	RL6	0.545	0.294	Valid
12	RS1	0.566	0.294	Valid
13	RS2	0.323	0.294	Valid
14	RS3	0.394	0.294	Valid
15	RS4	0.353	0.294	Valid
16	A1	0.521	0.294	Valid
17	A2	0.446	0.294	Valid
18	A3	0.514	0.294	Valid
19	A4	0.450	0.294	Valid
20	E1	0.344	0.294	Valid
21	E2	0.465	0.294	Valid
22	E3	0.365	0.294	Valid
23	E4	0.302	0.294	Valid
24	E5	0.432	0.294	Valid

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Butir Kepentingan

No	Atribut	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Status
1	T1	0.456	0.294	Valid
2	T2	0.671	0.294	Valid
3	T3	0.427	0.294	Valid
4	T4	0.611	0.294	Valid
5	T5	0.675	0.294	Valid
6	RL1	0.362	0.294	Valid
7	RL2	0.516	0.294	Valid
8	RL3	0.499	0.294	Valid
9	RL4	0.480	0.294	Valid
10	RL5	0.371	0.294	Valid
11	RL6	0.478	0.294	Valid
12	RS1	0.642	0.294	Valid
13	RS2	0.639	0.294	Valid
14	RS3	0.550	0.294	Valid
15	RS4	0.588	0.294	Valid
16	A1	0.364	0.294	Valid
17	A2	0.544	0.294	Valid
18	A3	0.480	0.294	Valid
19	A4	0.588	0.294	Valid
20	E1	0.542	0.294	Valid
21	E2	0.549	0.294	Valid
22	E3	0.499	0.294	Valid

Lanjutan Tabel 1 Hasil Uji Validitas Butir Persepsi

23	E4	0.502	0.294	Valid
24	E5	0.333	0.294	Valid

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 1 dan 2 dapat dilihat bahwa *r hitung* pada butir tingkat persepsi dan harapan bernilai lebih besar dari *r tabel*. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh atribut pernyataan pada kuesioner telah valid.

### Uji Reliabilitas

Setelah atribut pernyataan telah valid, kemudian dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan *software SPSS versi 16* pada butir tingkat persepsi dan harapan. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 3 dan 4.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Butir Persepsi

#### Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.873	24

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Butir Kepentingan

#### Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.908	24

Hasil perhitungan pada tabel 1 dan 2 dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan nilai sebesar 0,873 untuk butir persepsi dan 0,908 untuk butir kepentingan lebih dari *r tabel* (0.294). Sehingga atribut-atribut dari kuesioner dapat menunjukkan kemantapan atau stabilitas hasil.

### Pengukuran *Service Quality*

Perhitungan *Service Quality* dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan CV Bintang Prima Perkasa.

Tabel 5 Skor Rata-Rata Tingkat Persepsi

No	Atribut	X	X bar
1	T1	90	2
2	T2	76	1.69
3	T3	112	2.49
4	T4	142	3.16
5	T5	71	1.58
6	RL1	122	2.71
7	RL2	142	3.16
8	RL3	82	1.82
9	RL4	208	4.62
10	RL5	200	4.44
11	RL6	128	2.84
12	RS1	141	3.13
13	RS2	170	3.78
14	RS3	132	2.93
15	RS4	143	3.18
16	A1	205	4.56
17	A2	204	4.53
18	A3	173	3.84
19	A4	206	4.58
20	E1	124	2.76
21	E2	160	3.56
22	E3	162	3.6
23	E4	88	1.96
24	E5	182	4.04

Dari hasil perhitungan tabel 5 di atas kemudian dilakukan perhitungan rata-rata dari skor rata-rata tingkat persepsi dimensi *Service Quality* dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{K}$$

$$= \frac{76,96}{24} = 3,21$$

Hasil 3,21. tersebut masuk pada nilai 3 pada skala likert, hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan merasa bahwa pelayanan yang perusahaan berikan adalah biasa saja.

#### Importance Performance Analysis (IPA)

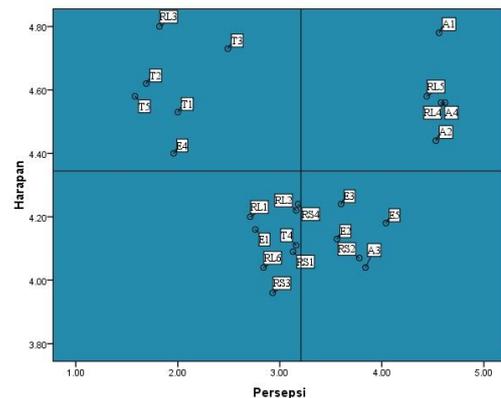
Setelah diketahui skor dari tingkat tingkat persepsi dan kepentingan, selanjutnya dilakukan analisa *Importance Performance Analysis (IPA)*. Sebelum melakukan pemetaan

diagram kartesius, perlu menentukan titik perpotongan terlebih dahulu dengan menentukan perpotongan 2 (dua) buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik  $\bar{X}, \bar{Y}$  dengan rumus :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{K} = \frac{x_1+x_2+x_3+\dots+x_{24}}{24} = 3.21$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{K} = \frac{y_1+y_2+y_3+\dots+y_{24}}{24} = 4.34$$

Selanjutnya data-data tersebut akan dipetakan dan dibagi menjadi empat kuadran ke dalam diagram kartesius pada gambar 1.



Gambar 1 Diagram Kartesius

Berdasarkan pemetaan dari diagram kartesius, atribut-atribut yang berada di dalam kuadran I adalah atribut yang memiliki prioritas perbaikan. Hal ini karena pelayanan yang perusahaan berikan belum sesuai dengan apa yang menjadi harapan dari pelanggan. Atribut-atribut pada kuadran I yaitu atribut T1, T2, T3, T5, RL3, E4. Perusahaan perlu memperhatikan atribut-atribut tersebut untuk ditingkatkan pelayanannya.

#### Potential Gain In Customer Value (PGCV)

Analisa *Potential Gain In Customer Value* sendiri digunakan untuk melengkapi hasil analisa dari *Importance Performance Analysis* secara lebih teliti dan terperinci. Selanjutnya sesuai dengan konsep diagram kartesius, atribut-atribut pada kuadran I yang akan menjadi fokus perbaikan, maka urutan prioritas perbaikan dengan perhitungan indeks *PGCV* adalah :

Tabel 6 Hasil Perhitungan Indeks *PGCV*

No	Atribut	X bar	Y bar	ACV	UDCV	Indeks PGCV
1	T1	2	4.53	9.06	22.65	13.59
2	T2	1.69	4.62	7.8078	23.1	15.29
3	T3	2.49	4.73	11.778	23.65	11.87
4	T5	1.58	4.58	7.2364	22.9	15.66
5	RL3	1.82	4.8	8.736	24	15.26
6	E4	1.96	4.4	8.624	22	13.38

Tabel 6 di atas, menunjukkan hasil perhitungan indeks *PGCV* pada kuadran I diagram kartesius, dimana atribut yang memiliki nilai indeks *PGCV* terbesar merupakan atribut yang menjadi prioritas perbaikan terlebih dahulu untuk dilakukan peningkatan kualitas pelayan pada CV Bintang Prima Perkasa.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengukuran *Service Quality* didapatkan nilai skor rata-rata tingkat persepsi (kepuasan) sebesar 3,21. Hasil tersebut berarti bahwa perusahaan masih belum memberikan pelayanan secara maksimal, karena pelanggan masih menganggap kualitas pelayanan disana masih biasa-biasa saja. Urutan prioritas perbaikan atribut-atribut pada kuadran I diagram kartesius berdasarkan perhitungan indeks *PGCV* adalah: (1) Akses menuju lokasi perusahaan (indeks *PGCV*=15.66); (2) Karyawan berpenampilan rapi, sopan dan keserasian baju dalam bekerja (indeks *PGCV*=15.29); (3) Ketepatan waktu selesainya pesanan dengan yang dijanjikan (indeks *PGCV*=15.26); (4) Kebersihan, kerapian dan kenyamanan tempat pelayanan (indeks *PGCV*=13.59); (5) kemudahan dalam menjangkau lokasi perusahaan (indeks *PGCV*=13.38); (6) Kelengkapan dan kesiapan alat-alat produksi (indeks *PGCV*=11.87).

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, Philip dan Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1: Edisi Ketigabelas*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- [2] Isgiyanto, A., (2009). *Teknik Pengambilan Sampel Pada Penelitian Non-*

- Eksperimental*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [3] Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rikena Cipta.