

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN SHOWROOM AA MOTOR DENGAN METODE SERVICE QUALITY DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

Muhammad Nafhani¹, Akhmad Wasiur Rizqi², Moh. Jufriyanto³

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Gresik

Jl. Sumatera 101 GKB, Gresik 61121, Indonesia

e-mail : m.nafhani02@gmail.com¹, akhmad_wasiur@umg.ac.id², jufriyanto@umg.ac.id³

ABSTRAK

Dalam dunia usaha, salah satu aspek pendukung dalam menjalankan suatu perusahaan adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Showroom AA adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dengan fokus utama yaitu jual-beli kendaraan. Semakin hari semakin banyak kompetitor bermunculan yang mengakibatkan jumlah pelanggan semakin berkurang. Showroom AA belum pernah menganalisis kepuasan pelanggan sebelum penelitian ini dilakukan, sehingga sangat penting untuk mengevaluasi kualitas layanan pelanggan agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat ini. Studi ini dilakukan dengan menggabungkan metodologi kualitas layanan dan *Importance Performance Analysis*. Berdasarkan temuan penelitian ini, diketahui urutan 5 gap tertinggi yaitu pada dimensi *tangibles* dengan kode A7(-1.09), dimensi *reliability* dengan kode B1(-1.03), dimensi *tangibles* dengan kode A5(-1.01), dimensi *empathy* dengan kode D1(-1.01), dan dimensi *empathy* juga dengan kode D4(-0.99). Diketahui dari *Importance Performance Analysis* terdapat 11 indikator pertanyaan kuadran I yang harus diprioritaskan untuk dilakukannya tindak perbaikan yaitu yaitu Fasilitas ruang tunggu yang rapi, Lokasi yang strategis, Tempat parkir yang memadai, Penampilan staff yang rapi, Lingkungan yang nyaman, Ketepatan waktu yang dijanjikan, Pemahaman staff terhadap kebutuhan konsumen, Kepedulian staff terhadap kepuasan konsumen, Mengutamakan kepentingan konsumen dalam bekerja, Selalu diakhiri dengan mengucapkan terima kasih kepada konsumen, dan Staff memiliki nilai moral yang tinggi.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, *Importance Performance Analysis*, Kepuasan pelanggan, Kepentingan Pelanggan

ABSTRACT

In the business world, one of the supporting aspects in running a company is the quality of service provided to customers. Showroom AA is one of the companies engaged in the service sector with the main focus being buying and selling vehicles. Every day more and more competitors emerge which results in the number of customers decreasing. Showroom AA has never analyzed customer satisfaction before this study was conducted, so it is very important to evaluate the quality of customer service in order to survive in this increasingly tight business competition. This study was conducted by combining service quality methodology and Importance Performance Analysis. Based on the findings of this study, it is known that the order of the 5 highest gaps is in the tangibles dimension with code A7 (-1.09), the reliability dimension with code B1 (-1.03), the tangibles dimension with code A5 (-1.01), the empathy dimension with code D1 (-1.01), and the empathy dimension also with code D4 (-0.99). It is known from the Importance Performance Analysis that there are 11 indicators of quadrant I questions that must be prioritized for improvement, namely neat waiting room facilities, strategic location, adequate parking space, neat staff appearance, comfortable environment, punctuality as promised, staff understanding of consumer needs, staff concern for consumer satisfaction, prioritizing consumer interests in work, always ending by saying thank you to consumers, and staff have high moral values.

Keywords : Service Quality, *Importance Performance Analysis*, Customer Satisfaction, Customer Interest

Jejak Artikel

Upload artikel : 3 April 2025

Revisi : 4 Mei 2025

Publish : 10 Mei 2025

1. PENDAHULUAN

Dalam berbisnis sering ditemukan persaingan antar perusahaan, sehingga tiap usaha harus mempunyai kualitas dalam pelayanan. Kualitas

pelayanan itu sendiri harus dikelola dengan baik. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara ekspektasi konsumen dengan pelayanan yang diterimanya (Sinnun,

2017). Pelayanan yang berkualitas menunjukkan adanya kesesuaian antara ekspektasi dengan pelayanan yang diberikan perusahaan (Ulkhag & Br. Barus, 2017). Dalam menjalankan bisnis, pebisnis pasti akan mengupayakan untuk memberikan pelayanan terbagi bagi konsumennya, agar tercipta kepuasan konsumen (Dewi, 2019).

Perkembangan industri Jual Beli di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cepat dan cenderung meningkat setiap tahunnya, khususnya di bidang Jual – Beli Mobil Bekas. Hal ini dikarenakan banyaknya konsumen yang minat untuk menjual maupun membeli mobil bekas. Hal lain juga dikarenakan banyaknya konsumen yang berasumsi bahwa dengan membeli mobil bekas sangatlah efektif untuk yang mempunyai budget tidak terlalu banyak. Dengan banyaknya peminat Jual Beli Mobil Bekas, maka bisnis usaha jual beli mobil bekas harus mempunyai strategi agar terdapat banyak konsumen, contohnya dengan lokasi showroom yang harus tepat sasaran, serta mempunyai harga yang ramah dikantong pembeli serta kualitas pelayanan terhadap konsumen.

Kualitas pelayanan diukur dengan membandingkan pengalaman nyata pengguna dengan harapan pelanggan. Pelayanan dianggap berkualitas jika memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Persaingan yang ketat dalam jual beli mobil bekas sekarang ini mendorong perusahaan untuk terus memperbaiki kualitas layanannya (Afiffuddin & Widyaningrum, 2022).

AA Motor merupakan perusahaan yang beroperasi pada bidang jual – beli mobil bekas di kota lamongan. Pelayanan yang diberikan antara lain jual beli mobil bekas dan tukar tambah mobil bekas. Kualitas pelayanan AA Motor dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti respons karyawan dalam melayani pelanggan, kemampuan menangani keluhan pelanggan, dan pemahaman terhadap keinginan pelanggan. Namun, meskipun perusahaan berusaha untuk memberikan pelayanan terbaik, ada beberapa masalah yang sering muncul di showroom AA Motor. Banyak pelanggan yang mengeluhkan kualitas pelayanan, dengan keluhan utama meliputi kurangnya keramahan dari karyawan serta fasilitas yang dianggap tidak memadai. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara upaya perusahaan dan ekspektasi pelanggan

terhadap kualitas pelayanan yang seharusnya diberikan.

Terdapat adanya rasa ketidakpuasan konsumen terhadap showroom AA Motor, yang bisa berdampak pada berkurangnya jumlah konsumen di masa depan. Untuk meningkatkan kualitas layanan showroom AA Motor, diperlukan metode analisis kualitas layanan. Kualitas layanan adalah faktor penting bagi bisnis karena mempengaruhi penarikan konsumen baru dan menjaga konsumen lama agar tidak beralih ke showroom lainnya (Yuliana, 2020). Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode *Service Quality* (Servqual) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dalam mengevaluasi kualitas layanan di showroom AA Motor.

(Nizar & Adriansyah, 2022) menyampaikan bahwa metode Servqual adalah cara guna mengukur mutu pelayanan yang didasarkan pada kesenjangan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap layanan. Metode IPA digunakan dalam studi ini guna melengkapi kekurangan dari metode *Servqual*, yang dapat membantu mengidentifikasi atribut-atribut penting dalam meningkatkan kualitas layanan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini diawali dengan melakukan studi pustaka, serta studi lapangan, dilanjutkan dengan identifikasi perumusan masalah untuk menentukan tujuan penelitian, membuat kuesioner *Service Quality*, dilanjutkan dengan tahap pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner kepada para pelanggan Showroom AA, lalu dilakukan pengambilan sampel banyaknya responden, dan dilanjutkan dengan pengolahan data memakai tahapan metode *Servqual*, dan *Importance Performance Analysis*.

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan acak yang menggunakan berkunjung ataupun melakukan transaksi di Showroom AA. Penentuan jumlah responden dalam kuisisioner menggunakan perhitungan Bernoulli untuk mengetahui jumlah sampel minimum. Rumus yang didapat dari perhitungan Bernoulli adalah sebagai berikut (Zusaifi et al., 2013) :

$$N \geq \frac{Z^2 \left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) \cdot p \cdot q}{e^2} \quad (1)$$

Uji kecukupan data Bernoulli menunjukkan bahwa minimal 73 responden

diperlukan untuk pengumpulan data; oleh karena itu, 80 responden digunakan dalam penelitian ini. Setiap peserta diminta untuk melengkapi formulir dengan kuesioner yang mengevaluasi tingkat kepuasan mereka dan pentingnya layanan data. Responden diminta untuk memberikan nilai skala pada fitur layanan menurut persepsi mereka. Skala yang digunakan berkisar dari 1 hingga 5, dengan tingkat yang sesuai untuk melengkapi kuesioner ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1 Skala likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Penting/Puas (SP)	5
Penting/Puas (P)	4
Cukup (C)	3
Tidak Penting/Puas (TP)	2
Sangat Tidak Penting/Puas (STP)	1

Sumber : (Suhendra & Nurdianti, 2018)

Setelah kuesioner disebar, dilakukan pengumpulan data untuk diolah, disertai dengan penilaian validitas dan reliabilitas. Pengujian ini diperlukan untuk memastikan apakah kualitas data yang diperoleh sesuai dengan kriteria (Kurnia Dewi et al., 2020), Uji validitas menilai tingkat kesesuaian antara data yang dihasilkan dengan data sebenarnya dari sumbernya. Jika instrumen pengumpulan data akurat, data yang diperoleh valid, dan pengolahan data dapat dilanjutkan (Miftahul Janna & Pembimbing, 2018). Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan skor respons masing-masing pertanyaan dengan skor kumulatif semua item. Penilaian validitas menggunakan metode Korelasi Product Moment Pearson dengan perangkat lunak SPSS 26.0, dilakukan pada tingkat keyakinan 95% dan margin of error 5%.

Setelah penilaian validitas, evaluasi reliabilitas dilakukan. Pengujian reliabilitas mengevaluasi konsistensi dan stabilitas data yang diperoleh selama pengumpulan data (Kurnia Dewi et al., 2020). Uji reliabilitas atau keandalan sering digunakan untuk menilai keandalan dan konsistensi suatu instrumen. Pendekatan yang digunakan dalam uji reliabilitas penelitian ini adalah Cronbach's Alpha. Cronbach's alpha dapat digunakan untuk menghitung besarnya ketergantungan data dalam bentuk jarak atau skala yang ditunjukkan oleh Skala Likert. Suatu variabel dikatakan dependen jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60; semakin tinggi nilai Cronbach Alpha,

maka semakin dependen data tersebut (Miftahul Janna & Pembimbing, 2018). Aplikasi SPSS digunakan untuk membantu pengujian reliabilitas dalam investigasi ini.

Strategi *Servqual* digunakan untuk mengelola kualitas layanan berdasarkan persyaratan dan ambisi pelanggan. Layanan ini mengukur lima aspek: *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *assurance* dengan indikator pertanyaan yang berubah-ubah tergantung dari luasnya dimensi tersebut (Simarmata, 2021). Dimensi nyata mengacu pada bukti fisik yang dirasakan oleh klien, termasuk fasilitas yang tersedia dan keadaan pribadi perusahaan. Dimensi keandalan mengacu pada keandalan kinerja perusahaan; dimensi daya tanggap menunjukkan kesiapan untuk membantu klien dan memberikan perhatian yang sesuai; dan dimensi jaminan menandakan kapasitas untuk menanamkan rasa aman dan nyaman. Komponen empati mengacu pada kapasitas untuk peduli dan mengatasi ketidakpedulian pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menggunakan lima elemen kualitas layanan untuk menilai kepuasan pelanggan.

Kuesioner penelitian ini mencakup 5 dimensi *servqual* yang masing-masing pertanyaan dimensinya didapat dari penelitian terdahulu dengan persetujuan pengurus showroom, dalam kuesioner ini pada dimensi *tangibles* terdapat 8 pertanyaan, dimensi *reliability* sebanyak 5 pertanyaan, dimensi *responsiveness* sebanyak 4 pertanyaan, dimensi *emphaty* sebanyak 5 pertanyaan, dan dimensi *assurance* sebanyak 5 pertanyaan dengan total keseluruhan pertanyaan sebanyak 27 item yang bersumber dari penelitian dari (Afifudin et al., 2017; Blešić et al., 2014; Nizar & Adriansyah, 2022; Paramitasari, 2016; Sasongko & Subagio, 2013; Teddy & Devy, 2019; Tzeng & Chang, 2011).

Pendekatan *Servqual* menilai korelasi antara kepuasan yang dirasakan dan harapan pelanggan (Yulistiyari et al., 2019). Berikut merupakan rumus rata-rata untuk menghitung nilai *Servqual* (Diana, 2015):

$$\bar{Y}_i = \frac{(5 \sum SP) + (4 \sum P) + (3 \sum C) + (2 \sum TP) + (1 \sum STP)}{n} \quad (2)$$

$\bar{Y}_i$ = rata-rata jawaban variabel ke-i

$\sum ST$ = Jumlah responden yang menjawab Sangat Puas/Penting
 $\sum P$ = Jumlah responden yang menjawab Puas/Penting
 $\sum C$ = Jumlah responden yang menjawab Cukup
 $\sum TP$ = Jumlah responden yang menjawab Tidak Penting/Puas
 $\sum STP$ = Jumlah responden yang menjawab Sangat Tidak Penting/Puas

Setelah nilai rata-rata setiap variabel ditentukan, langkah berikutnya adalah menghitung kesenjangan Servqual (Yulistiyari et al., 2019).

$$\text{Gap Servqual} = \bar{Y}_{\text{kenyataan}}(X1.1) - \bar{Y}_{\text{harapan}}(X1.1) \quad (3)$$

Jika jaraknya positif (kepuasan > keinginan), ini disebut "kejutan" atau "memuaskan". Jika minat atau kesenjangan nol (kepuasan - keinginan), layanan dapat diterima; jika kepentingan atau gap bersifat negatif (kepuasan - keinginan), pelayanan tidak memuaskan dan tidak berkualitas (Yulistiyari et al., 2019).

Selanjutnya diprioritaskan prioritas perbaikan dengan menggunakan diagram kartesius pada pendekatan IPA untuk mengidentifikasi variabel-variabel penting dari lima dimensi atau indikator kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan. Proses *Importance Performance Analysis* meliputi penentuan besaran kesesuaian antara tingkat kepentingan dan kinerja setiap dimensi yang dievaluasi dengan cara membandingkan tingkat kepuasan dengan tingkat harapan. Derajat analisis kesesuaian digunakan untuk menentukan urutan prioritas yang optimal untuk peningkatan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan (Asfary, 2018).

$$TK = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \quad (4)$$

Keterangan :

TK = Tingkat Kesesuaian

X_i = Skor penilaian kepuasan

Y_i = Skor penilaian kepentingan

Selanjutnya dilakukan perhitungan rata-rata untuk setiap penilaian kinerja maupun kepentingan, dengan rumus :

$$\bar{X}_1 = \frac{\sum X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_1 = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (5)$$

Keterangan :

n = Jumlah responden

$\bar{X}_1$ = Skor rata-rata tingkat kepuasan

$\bar{Y}_1$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan

Diagram Cartesian berfungsi sebagai instrumen analitis untuk mengidentifikasi strategi peningkatan layanan dengan mengevaluasi korelasi antara kinerja organisasi atau tingkat pelaksanaan layanan dan kepuasan pelanggan yang diantisipasi (Budiasuti & Bandur, 2018). Kriteria diagram kartesius ditunjukkan pada Gambar 1.

Kuadran I (Prioritas Utama)	Kuadran II (Pertahankan Prioritas)
Kuadran III (Prioritas Rendah)	Kuadran IV (Berlebihan)

Sumber : (Attamimi & Maryani, 2019)

Gambar 1 Kriteria Diagram Kartesius

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden survey ini adalah yang pernah berkunjung di showroom AA, baik yang sudah melakukan transaksi jual-beli maupun hanya sekedar mencari informasi. Responden potensial dipilih secara acak dan selanjutnya diminta untuk mengisi kuesioner penilaian kualitas layanan. Setelah calon responden setuju untuk berpartisipasi, kuesioner yang berisi 54 pertanyaan akan diberikan, yang terdiri dari 27 item terkait kepentingan dan 27 item terkait kepuasan.

Pengolahan Data Servqual

Jumlah total responden yang bersedia adalah 80, dengan ambang signifikan 0,05 dan R-tabel 0,2072. Sebelum kuesioner ditangani, terlebih dahulu diperiksa validitasnya untuk melihat apakah suatu kuesioner termasuk tanda-tanda dari suatu dimensi dinyatakan dapat dipercaya. Hal ini dicapai dengan menentukan apakah tanggapan terhadap pernyataan (indikator) konsisten. Berikut merupakan hasil uji validitas menggunakan *software* IBM SPSS 26.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepuasan Dan Harapan

No.	r-hitung		Ket.
	Tingkat Kepuasan	Tingkat Harapan	
A1	0.598	0.551	Valid

A2	0.556	0.499	Valid
A3	0.485	0.456	Valid
A4	0.600	0.461	Valid
A5	0.597	0.599	Valid
A6	0.599	0.670	Valid
A7	0.731	0.556	Valid
A8	0.592	0.673	Valid
B1	0.589	0.593	Valid
B2	0.610	0.669	Valid
B3	0.628	0.601	Valid
B4	0.639	0.641	Valid
B5	0.663	0.633	Valid
C1	0.717	0.616	Valid
C2	0.620	0.529	Valid
C3	0.625	0.597	Valid
C4	0.624	0.584	Valid
D1	0.692	0.583	Valid
D2	0.723	0.607	Valid
D3	0.720	0.525	Valid
D4	0.709	0.606	Valid
D5	0.720	0.605	Valid
E1	0.631	0.627	Valid
E2	0.626	0.615	Valid
E3	0.700	0.643	Valid
E4	0.594	0.592	Valid
E5	0.624	0.546	Valid

Sumber : Olah Data Primer, 2024

Temuan uji validitas menunjukkan bahwa data yang diperoleh pada studi ini valid yang ditunjukkan dengan nilai r taksirannya melebihi nilai r tabel sehingga menegaskan keabsahannya.

Setelah dilakukannya hasil uji validitas, selanjutnya dilakukan perhitungan reliabilitas dengan *cronbach Alpha* yang dilakukan dengan bantuan *software SPSS IBM 26*. Tabel 3 merupakan hasil perhitungan reliabilitas.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach alpha</i> Kuesioner <i>Servqual</i>		
Tingkat Kepuasan	Tingkat Kepentingan	Ket.
0.944	0.928	Reliabel

Sumber : Olah Data Primer, 2023

Perhitungan *Servqual* dilakukan apabila data dinyatakan valid dan reliable, tabel 4 merupakan hasil perhitungan *Service Quality*.

Tabel 4 Hasil Perhitungan *Servqual*

No.	Kode	Nilai rata-rata	Gap
-----	------	-----------------	-----

		Kepuasan	Harapan	
1	A1	2.91	3.68	-0.76
2	A2	2.89	3.78	-0.89
3	A3	2.90	3.78	-0.88
4	A4	2.86	3.78	-0.91
5	A5	2.74	3.75	-1.01
6	A6	2.99	3.78	-0.79
7	A7	2.66	3.75	-1.09
8	A8	2.99	3.69	-0.70
9	B1	2.81	3.84	-1.03
10	B2	3.08	3.71	-0.64
11	B3	3.03	3.64	-0.61
12	B4	3.05	3.58	-0.53
13	B5	2.98	3.59	-0.61
14	C1	2.99	3.64	-0.65
15	C2	3.21	3.55	-0.34
16	C3	3.15	3.83	-0.68
17	C4	2.99	3.75	-0.76
18	D1	2.88	3.89	-1.01
19	D2	2.90	3.79	-0.89
20	D3	2.93	3.73	-0.80
21	D4	2.83	3.81	-0.99
22	D5	2.89	3.75	-0.86
23	E1	2.94	3.69	-0.75
24	E2	2.80	3.63	-0.83
25	E3	2.96	3.71	-0.75
26	E4	2.86	3.79	-0.93
27	E5	2.85	3.64	-0.79

Sumber : Olah Data Primer, 2024

Berdasarkan perhitungan nilai gap dalam tabel 5. berikut merupakan nilai 5 gap terbesar.

Tabel 5 Rekapitulasi gap tiap dimensi

Dimensi	Kode	Gap	Rank
<i>Tangible</i>	A5	-1.01	III
<i>Tangible</i>	A7	-1.09	I
<i>Reliability</i>	B1	-1.03	II
<i>Emphathy</i>	D1	-1.01	IV
<i>Emphathy</i>	D3	-0.99	V

Sumber : Olah Data Primer, 2024

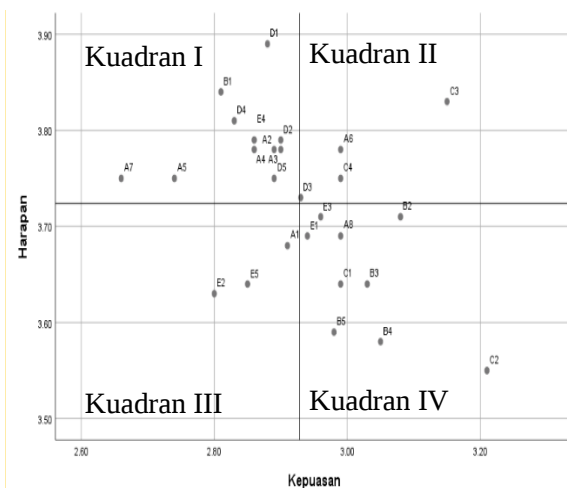
Pada tabel 5 mengindikasikan bahwasanya pengolahan data pada setiap dimensi menghasilkan *gap* bernilai negatif, dimana peringkat pertama atau terendah yang berarti bahwa dapat menyebabkan terjadinya ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh *showroom*. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa peringkat pertama yaitu terdapat pada dimensi *tangibles* dengan kode A7, Peringkat kedua dari dimensi

reliability dengan kode B1, Peringkat ketiga dari dimensi *tangibles* dengan kode A5, Peringkat keempat dari dimensi *empathy* dengan kode D1, Dan peringkat kelima dari dimensi *empathy* juga dengan kode D4.

Pengolahan Data *Importance Performance Analysis* (IPA)

Skor rata-rata kinerja setiap atribut berfungsi sebagai kriteria penilaian kualitas kinerja layanan atribut, yang dilakukan melalui perbandingan nilai rata-rata skor kepuasan setiap atribut (X). Rerata signifikansi suatu atribut menjadi landasan untuk menilai derajat relevansi atribut tersebut, khususnya dengan membandingkan nilai rata-rata skor antisipasi setiap atribut (Y).

Diagram kartesius digunakan dalam proses penentuan strategi peningkatan kualitas pelayanan berdasarkan klasifikasi prioritas atau kuadran. Hal ini dicapai dengan memeriksa korelasi antara kinerja atau pemberian layanan perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan yang diharapkan. Ini adalah diagram Cartesian :



Setiap atribut yang dilakukan analisis kepuasan pelanggan dan dijabarkan kedalam diagram kartesius. Tiap kuadrannya menunjukkan skenario yang tidak sama. Memanfaatkan sistem pemetaan yang mempertimbangkan tingkat kepuasan dan harapan konsumen memungkinkan ruang pamer dengan cepat mengidentifikasi dan menangani area yang dianggap penting oleh pelanggan, sehingga

menghasilkan perbaikan yang cepat. Penafsiran setiap kuadran diuraikan berikut:

1. Kuadran I (prioritas utama) merupakan atribut atau item yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi pihak perusahaan harus tetap memperhatikan dan memprioritaskan kepentingan pengguna jasa. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah A2, A3, A4, A5, A7, B1, D1, D2, D4, D5, E4 yaitu Fasilitas ruang tunggu yang rapi, Lokasi yang strategis, Tempat parkir yang memadai, Penampilan staff yang rapi, Lingkungan yang nyaman, Ketepatan waktu yang dijanjikan, Pemahaman staff terhadap kebutuhan konsumen, Kepedulian staff terhadap kepuasan konsumen, Mengutamakan kepentingan konsumen dalam bekerja, Selalu diakhiri dengan mengucapkan terima kasih kepada konsumen, dan Staff memiliki nilai moral yang tinggi.
2. Kuadran 2 (pertahankan prestasi) merupakan atribut atau item yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi pihak perusahaan harus tetap memperhatikannya, karena pada umumnya pelaksanaannya yang telah sesuai harapan pelanggan dan konsumen, sehingga dapat dikatakan memuaskan pelanggan atau konsumen. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah nomor A6, C3, C4, D3 yaitu Penampilan staff yang ramah, Staff memberikan informasi yang jelas, Konsumen tidak terlalu lama menunggu layanan, Kepekaan dalam memperhatikan saran dan kritik Kepekaan dalam memperhatikan saran dan kritik.
3. Kuadran 3 (prioritas rendah) merupakan atribut atau item yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, berada dalam kuadran ini dinilai tidak begitu penting bagi pelanggan dan pelaksanaannya dinilai biasa saja. Adapun atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah item nomor A1, E2, E5 yaitu Fasilitas ruang tunggu yang bersih, Kesopanan staff terhadap konsumen, Mampu menyelesaikan masalah keluhan konsumen.
4. Kuadran 4 (berlebihan) merupakan atribut atau item yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Tetapi

hal berlebihan ini juga perlu menjadi perhatian oleh pihak perusahaan. Adapun pertanyaan yang termasuk dalam kuadran ini adalah nomer A8, B2, B3, B4, B5, C1, C2, E1, E3 yaitu Tempat Duduk Yang Memadai, Kemampuan mengelola dalam memberikan pelayanan yang memadai, Bersedia membantu apabila pelanggan kesulitan, Staff yang berpengetahuan luas, Memiliki pencatatan yang akurat, Staff memiliki respon yang cepat, Staff dapat memenuhi permintaan khusus dari konsumen, Keramahan staff terhadap konsumen, Kejujuran staff terhadap konsumen

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan penelitian ini meliputi :

1. Studi kualitas layanan menunjukkan bahwa klien tidak puas dengan layanan showroom, karena kelima dimensi SERVQUAL menunjukkan nilai negatif, menandakan adanya perbedaan antara kepuasan dan harapan pelanggan.
2. Hasil analisis yang dilakukan berdasarkan Diagram Cartesian IPA menunjukkan banyak kriteria dalam kuadran 1 yang perlu diprioritaskan untuk perbaikan, khususnya: fasilitas ruang tunggu yang rapi, penempatan yang strategis, tempat parkir yang memadai, penampilan staf yang rapi, dan suasana yang nyaman. Komitmen terhadap ketepatan waktu, personel yang memahami kebutuhan pelanggan, personel yang mengutamakan kebahagiaan konsumen, dan fokus pada kepentingan konsumen dalam operasi. Akhiri dengan mengungkapkan rasa terima kasih kepada pelanggan dan staf yang menjunjung tinggi standar moral yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiffuddin, M., & Widyaningrum, D. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Dan Csi Pada Ud.Arshaindo. *Sigma Teknika*, 5(2), 275–284.
<https://doi.org/10.33373/sigmateknika.v5i2.4594>
- Afifudin, I., Putri, S. K., & Umami, N. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Kualitas Kinerja Pelayanan Terminal Terpadu Merak. *Jurnal Teknik Industri Untirta*, 3(2), 1–7.
- Asfary, O. R. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Pendekatan Importance Performance Analysis Dan Customers Satisfaction Index (Studi kasus pada Puskesmas Pakem Yogyakarta). Universitas Islam Indonesia.
- Attamimi, Z., & Maryani, A. (2019). PENGUKURAN KEPUASAN NASABAH MELALUI KUALITAS PELAYANAN PT . BNI SYARIAH KC . CIPUTAT DENGAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) & METODE COSTUMER STATISFACTION INDEX (CSI) Zakiah Attamimi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Ja. *Finansia*, 02(02), 201–214.
- Blešić, I., Popov-Raljić, J., Uravić, L., Stankov, U., Đeri, L., Pantelić, M., & Armenski, T. (2014). An importance-performance analysis of service quality in spa hotels. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 27(1), 483–495.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2014.967537>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas Dan Reliabilitas Penelitian.
- Dewi, S. K. (2019). Service Quality Assessment using Servqual and Kano Models. *Jurnal Teknik Industri*, 20(1), 94–104.
<https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol20.no1.94-104>
- Diana, D. (2015). Penerapan Metode E-Servqual Untuk Evaluasi Kualitas Layanan Sistem Informasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 17(1), 43–52.
- Kurnia Dewi, S., Sudaryanto, A., Studi Keperawatan, P., Muhammadiyah Surakarta, U., & Komunitas, K. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuisi Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah.

- Miftahul Janna, N., & Pembimbing, D. (2018). KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS.
- Nizar, M. R., & Adriansyah, G. (2022). KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN IPA (Outlet Bebicare Desa Wiyung). 5, 122–129.
- Paramitasari, N. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Menggunakan Metode SERVQUAL Di Bagian Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung. Jurnal Manajemen Magister, 02(01), 83–94.
- Sasongko, F., & Subagio, H. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 4(7), 252117.
- Simarmata, H. M. P., & Simarmata, P. P. (2021). MODEL SERVQUAL DALAM MENGUKUR KEPUASAN NASABAH PADA BANK RAKYAT INDONESIA (BRI) KAB SIMALUNGUN. 2(3), 771–778.
- Sinnun, A. (2017). Analisis Kepuasan Pengguna LMS Berbasis Web Dengan Metode Servqual, IPA dan CSI. Jurnal Informatika, 4(1), 146–154.
- Suhendra, & Nurdianti, R. R. S. (2018). Indonesian Journal of Primary Education Penggunaan Metode Servqual dalam Pengukuran Kualitas Layanan Pendidikan. Indonesian Journal of Primary Education, 2(2), 71–75.
- Teddy, C., & Devy, N. (2019). Analysis of Service Quality And Customer Satisfaction Using Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Perfomance Analysis (IPA) Method in “Jakarta” Optical Pekanbaru. Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen, 7(2), 125–139.
- Tzeng, G.-H., & Chang, H.-F. (2011). Journal of Technology Management & Innovation 1 National Visiting Professor, Institute of Management of Technology. J. Technol. Manag. Innov, 6(3). <http://www.jotmi.org>
- Ulkhaq, M. M., & Br. Barus, M. P. (2017). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan SERVQUAL: Studi Kasus Layanan IndiHome PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk, Regional 1 Sumatera. Jurnal Sistem Dan Manajemen Industri, 1(2), 61. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v1i2.365>
- Yuliana, L. (2020). Analisis Layanan Perpustakaan Alternatif Wilayah Selatan Kota Yogyakarta dengan Model Servqual. Almaktabah, 05(02).
- Yulistiyari, E. I., Umam, C., & Fachrozy, M. R. (2019). Analisis kualitas pelayanan bus pariwisata dengan metode service quality dan importance performance analysis. Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering, 11(2), 144. <https://doi.org/10.22441/oe.v11.2.2019.024>
- Zusaifi, A. ' ang, Dahda, S. S., & Ismiyah, E. (2013). PENERAPAN FUZZY SERVQUAL DALAM UPAYA PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DI BENGKEL MOBIL CV . REKSA GROUP. Jurnal MATRIK, XIV(1), 49–52. <https://doi.org/10.30587/matrik.v14i1.679>