

SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN
SERVICE KENDARAAN PADA AGUNG TOYOTA CABANG KUTA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali

Diajukan Oleh

NI KADEK YUSTARI RAHAYU

NIM 1815744097

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN
SERVICE KENDARAAN PADA AGUNG TOYOTA CABANG KUTA**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana
Terapan Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan
Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali

Diajukan Oleh

NI KADEK YUSTARI RAHAYU

NIM 1815744097

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2022**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Pelanggan Service Kendaraan Pada Agung Toyota Cabang Kuta.
2. Penulis
 - a. Nama : Ni Kadek Yustari Rahayu
 - b. NIM : 1815744097
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 25 Juli 2022.

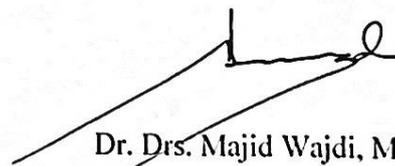
Menyetujui:

Pembimbing I,



Ni Ketut Lasmini, SE., M.Agb.
NIP. 196512161990032002

Pembimbing II,



Dr. Drs. Majid Wajdi, M.Pd
NIP. 196212081990111001

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

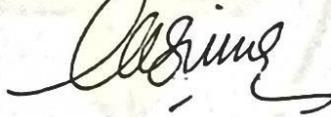
ANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN PELANGGAN *SERVICE* KENDARAAN PADA AGUNG TOYOTA CABANG KUTA

Oleh:

NI KADEK YUSTARI RAHAYU
NIM: 1815744097

Disahkan:

Ketua Penguji



Ni Ketut Lasmini, SE., M.Agb
NIP. 196512161990032002

Penguji I



Drs. I.B. Artha Adnyana, M.Hum
NIP. 196312311989031023

Mengetahui
Jurusan Administrasi Niaga
Ketua,



Penguji II



I Ketut Muderana, SE., M.Si.
NIP. 196212311988031012

Badung, 16 Agustus 2022
Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua,



Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., M.M.
NIP. 196808271993031002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*"If you want something you've never had,
you must be willing to do something you've never done."*

-Thomas Jefferson-

Persembahan:

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Pelanggan *Service* Kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta” tepat pada waktunya. Atas terselesaikannya Skripsi Terapan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah (I Ketut Kanta), Ibu (Ni Nengah Sri Artati), Kakak dan Adik serta keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan moril dan materil, motivasi, serta doa yang tiada henti untuk kelancaran peneliti.
2. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji serta pengajar yang telah membimbing serta banyak memberikan arahan, motivasi dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Keluarga besar Agung Toyota Cabang Kuta yang telah ikut berpartisipasi, memberikan informasi serta izin untuk melakukan penelitian sehingga dapat memperlancar proses pembuatan skripsi ini.
4. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu serta memberikan dorongan sehingga terselesaikannya skripsi ini.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul: **Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Pelanggan Service Kendaraan Pada Agung Toyota Cabang Kuta** adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan/atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam rangka Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Badung, 20 Juli 2022

Yang menyatakan



[Handwritten Signature]
Ni Kadek Yustari Rahayu
NIM. 1815744097

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Agung Toyota Cabang Kuta yang merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan jasa yang bergerak di bidang otomotif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas pelayanan pelanggan service kendaraan. Penelitian ini dilakukan pada bagian *customer service* pelanggan service kendaraan Agung Toyota Cabang Kuta dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Sedangkan alat yang digunakan untuk menganalisis kesenjangan indikator yang ada yakni, dengan model SERVQUAL serta IPA (*Importance Perfomance Analysis*). Dari hasil penelitian yang dilakukan ini menunjukkan angka gap kualitas pelayanan service kendaraan antara harapan dan kenyataan dari para pelanggan sebesar -9,32 yang terdiri atas lima dimensi di dalamnya yakni *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*. Maka berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan selanjutnya menunjukkan persentase tingkat kesesuaian pada angka 90,11% atau dengan kata lain, tingkat kualitas pelayanan pelanggan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta telah dianggap memuaskan. Selanjutnya pada pemetaan indikator menggunakan matriks dari model IPA terdapat 5 indikator yang masuk ke dalam kuadran I atau menduduki tingkat prioritas untuk diperbaiki kinerjanya yakni, indikator Agung Toyota Cabang Kuta menyediakan ruang tunggu yang bersih dan nyaman, ketersediaan sarana pendukung, kemudahan pelanggan dalam memperoleh suatu informasi terkait *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta, staff dan karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan, staff dan karyawan mampu memberikan garansi sesuai dengan produk yang ditawarkan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, SERVQUAL, IPA

ABSTRACT

This research was conducted at Agung Toyota Kuta Branch, which is a service provider company engaged in the automotive sector with the aim of knowing how the quality of vehicle customer service is. This research was conducted at the customer service section of the Agung Toyota vehicle, Kuta Branch, using quantitative descriptive research methods. Meanwhile, the tools used to analyze the existing indicators are the SERVQUAL model and the IPA (Importance Performance Analysis). From the results of this research, the number of vehicle service gaps between expectations and service quality from customers is -9.32 which consists of five dimensions, namely tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. So based on the results of the analysis that has been carried out, it shows that the proportion is in accordance with the figure of 90.11% or in other words, the level of vehicle service quality at Agung Toyota Kuta Branch is considered satisfactory. Furthermore, in the indicator mapping using a matrix of the IPA model, there are 5 indicators that fall into quadrant I or the first level to improve its performance, namely, the Agung Toyota Kuta Branch indicator provides a clean and comfortable waiting room, the availability of supporting facilities, the convenience of customers in obtaining service information. related to vehicles at Agung Toyota Kuta Branch, staff and employees are quick to respond in resolving customer complaints, staff and employees are able to provide guarantees according to the products offered

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction, SERVQUAL, IPA*

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Pelanggan *Service* Kendaraan Pada Agung Toyota Cabang Kuta”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Diploma IV Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali. Skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya tidak terlepas dari bantuan, saran, pendapat dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menuntut ilmu di Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan selama menuntut ilmu di Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.

3. Ibu Ni Made Kariati, S.Kom., M.Cs., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan.
4. Bapak Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., M.M, selaku Ketua Program Studi D4 Manajemen Bisnis Internasional Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan.
5. Ibu Ni Ketut Lasmini, SE., M.Agb selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memotivasi serta memberikan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Dr. Drs. Majid Wajdi, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memotivasi serta memberikan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan pengajaran mata kuliah selama ini, serta seluruh staff Jurusan Administrasi Niaga yang telah membantu kelancaran proses perkuliahan.
8. Bapak Andrei Gamico selaku *Branch Manager* pada Agung Toyota Cabang Kuta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan praktik kerja lapangan dan penelitian di perusahaan.
9. Bapak Kelvin Hendrata selaku Assistant Kepala Bengkel pada Agung Toyota Cabang Kuta yang telah membantu memberikan data dan informasi yang mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Bapak I.B Gde Suryadana Manuaba selaku Administration Head yang telah memberikan bimbingan serta masukan kepada penulis selama melakukan praktik kerja lapangan maupun saat penyusunan penelitian ini.

11. Seluruh karyawan Agung Toyota Cabang Kuta yang telah membantu memberikan data dan informasi yang mendukung dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Kepada seluruh keluarga terutama orang tua yang saya cintai dan banggakan, yang selalu mendukung secara moral maupun material dan tidak henti-hentinya untuk mendoakan penulis hingga saat ini.
13. Teman serta sahabat penulis Pradnya Putri, Citra Rosika, Ayu Melanie, Gauri Nandini, Krisna Praditya, Oky Berlianto, dan Octa Shimaoka serta segenap pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan satu sama lain sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih perlu disempurnakan, maka penulis menerima saran dan masukan yang bersifat konstruktif. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA Badung, 20 Juli 2021

POLITEKNIK NEGERI BALI

Penulis

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Telaah Teori.....	12
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.2 Kepuasan Pelanggan.....	16
2.1.3 Model <i>Service Quality</i> (SERVQUAL).....	19
2.1.4 Importance Perfomance Analysis.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Konsep.....	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1 Populasi dan Sampel.....	46
3.2 Data Penelitian.....	49

3.2.1	Sumber Data.....	49
3.2.2	Jenis Data.....	50
3.2.3	Metode Pengumpulan Data.....	51
3.3	Variabel Penelitian.....	53
3.4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen.....	55
3.4.1	Uji Validitas Instrumen.....	55
3.4.2	Uji Reliabilitas Instrumen.....	57
3.5	Metode Analisis.....	57
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	57
3.5.2	Analisis Gap Model <i>Service Quality</i> (SERVQUAL).....	58
3.5.3	<i>Importance Performance Analysis</i>	61
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1	Gambaran Umum Khalayak Sasaran.....	63
4.1.1	Bidang Usaha.....	63
4.1.2	Sejarah Berdirinya Agung Toyota.....	65
4.1.3	Visi dan Misi Agung Toyota.....	69
4.1.5	Struktur Organisasi.....	70
4.1.6	Deskripsi Pekerjaan.....	73
4.2	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	93
4.2.1	Hasil Uji Validitas Instrumen.....	93
4.2.2	Gambaran Umum Responden.....	98
4.2.3	Hasil Analisis Data Deskriptif.....	101
4.2.4	Analisis Gap SERVQUAL.....	104
4.2.5	Analisis IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	106
4.2.6	Pembahasan.....	113
4.3	Implikasi Hasil Penelitian.....	122
4.3.1	Implikasi Teoritis.....	122
4.3.2	Implikasi Praktis.....	124
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1	Simpulan.....	125
5.2	Saran.....	126
DAFTAR PUSTAKA	130
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi Penelitian Pengguna Jasa Service Kendaraan	46
Tabel 3.2 Variabel Penelitian.....	54
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	94
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	96
Tabel 4.3 Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	102
Tabel 4.4 Hasil Analisis Gap Servqual	104
Tabel 4.5 Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kenyataan.....	107
Tabel 4.6 Hasil Skor Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kenyataan.....	107
Tabel 4.7 Atribut-Atribut Kuadran I.....	110
Tabel 4.8 Atribut-Atribut Kuadran II.....	111
Tabel 4.9 Atribut-Atribut Kuadran III.....	112
Tabel 4.10 Atribut-Atribut Kuadran IV.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Market share Indonesian Automobile Industry Data</i>	3
Gambar 1.2 Jumlah Service Kendaraan Dalam 5 Tahun	5
Gambar 1.3 NPS Agung Toyota Cabang Kuta Dalam 5 Tahun	7
Gambar 2.1 Gap Model Servqual.....	22
Gambar 2.2 Diagram Kartesius IPA Matrix	25
Gambar 4.1 Logo Agung Toyota Cabang Kuta	64
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Agung Toyota Cabang Kuta.....	72
Gambar 4.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	99
Gambar 4.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	99
Gambar 4.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	100
Gambar 4.6 Diagram Kartesius.....	109

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Formulir Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 : Tabulasi Data
- Lampiran 4 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Perhitungan GAP *Servqual*
- Lampiran 6 : Hasil *Important Performance Analysis*
- Lampiran 7 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 8 : Lain-Lain
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup Penulis

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era perdagangan bebas semua perusahaan telah dihadapkan pada persaingan secara ketat. Persaingan yang semakin ketat dengan jumlah pesaing yang semakin banyak membuat perusahaan selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan sebaik mungkin dibandingkan dengan kompetitor perusahaan. Masing-masing perusahaan selalu dituntut untuk menciptakan rasa puas kepada pelanggan atas pelayanan yang diberikan, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Maka untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Terciptanya kepuasan para pelanggan dan penghasilan laba yang besar tentunya menjadi tolak ukur atas keberlangsungan hidup sebuah perusahaan. Jika perusahaan hanya mampu memuaskan kebutuhan para pelanggannya namun tidak mampu menghasilkan laba maka perusahaan tidak dapat eksis dan berkembang di tengah masyarakat. Hal ini lah yang membuat keduanya harus dicapai secara

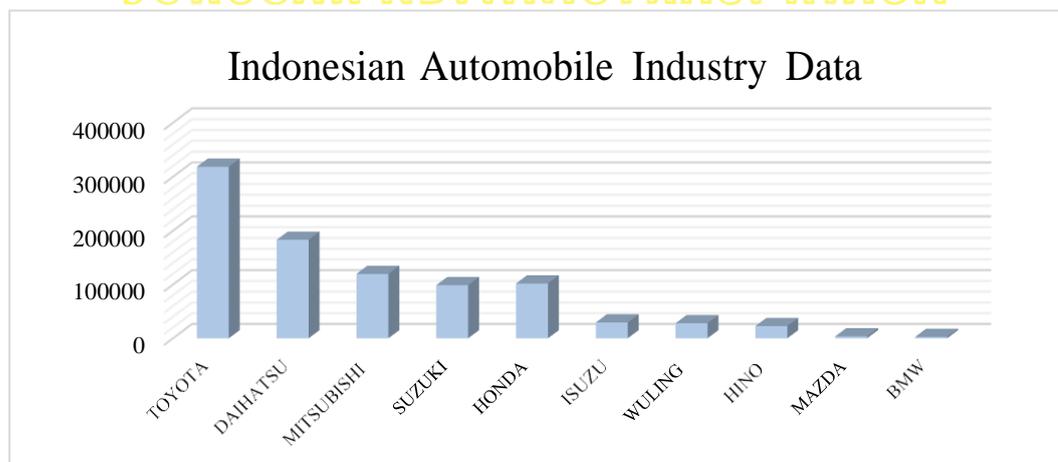
stimulan dan ini harus disadari oleh setiap manajemen yang menjadi bagian pada perusahaan.

Banyak upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan berbagai macam strategi yang nantinya mampu untuk memenuhi harapan dari pelanggan dan akhirnya memutuskan untuk datang kembali. Maka dengan itu, perusahaan akan selalu berusaha dengan keras dalam membangun kepercayaan publik dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang menjadi tolak ukur dalam pelanggan menentukan perusahaan yang dipercayainya, dengan kata lain jika konsumen telah menjadi konsumen yang loyal karena merasa kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan yang dipercayai maka konsumen tidak akan pindah ke perusahaan lain yang menjadi kompetitor dari perusahaan. Blattebert dan Deighton (1996) dalam Rinaldi (2021) mengatakan bahwa “adalah lebih mudah untuk mendapatkan current customer daripada untuk mendapatkan seorang customer baru. Ini berarti bahwa perusahaan lebih mudah mempertahankan current customer, karena telah kenal dan mengetahui serta telah melakukan evaluasi kinerja produk atau jasa perusahaan”.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang menjadi penentu dalam proses pemasaran, namun sebaliknya jika pelanggan merasa kecewa atas pelayanan yang diberikan bisa menjadi tanda bahwa perusahaan tidak cukup baik dalam membangun kepercayaan pelanggan. Sehingga dalam kasus ini perusahaan harus mampu menciptakan langkah-langkah pelayanan yang optimal bagi pelanggan agar perusahaan dapat terus memenuhi kepuasan dari para pelanggan.

Dewasa ini, pengaruh terhadap kepuasan pelanggan ataupun ketidakpuasan seorang pelanggan semakin besar. Persaingan yang semakin ketat khususnya dalam bisnis otomotif dimana hampir semua produsen terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Hal ini tentunya menyebabkan setiap bisnis otomotif harus dapat menciptakan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dan perlu diyakini sebagai kunci untuk memenangkan persaingan dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan sebagai bentuk pemenuhan ekspektasi melalui penyampaian produk maupun jasa yang diberikan.

Sebagai sebuah perusahaan yang berkecimpung di dunia otomotif, Toyota merupakan contoh nyata dari perkembangan bisnis yang semakin lama semakin berkembang pesat, begitu juga dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini tentunya dipicu oleh pola hidup masyarakat jaman sekarang yang memiliki keinginan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan yang berjalan secara berdampingan. Pada saat ini, Toyota sudah menjadi salah satu bisnis otomotif penghasil kendaraan yang terbesar di Dunia termasuk Indonesia. Toyota memiliki market share sebanyak 30,25% di Indonesia (Gakindo, 2022).



Gambar 1.1 Market share Indonesian Automobile Industry Data

Sumber: Data by Brand Gakindo (2022)

Dengan persentase yang dimiliki oleh Toyota, perusahaan berhasil menduduki posisi sebagai market leader di Indonesia. Penjualan unit yang dilakukan oleh Toyota Motor Co telah menunjukkan angka kenaikan yang sangat tajam di tahun 2021 sejumlah 10,1%. Dengan demikian telah membuktikan bahwa Toyota mampu mempertahankan posisinya sebagai produsen mobil terbesar di dunia mengalahkan Daihatsu. Tak luput dari krisis chip yang terjadi pada tahun kemarin yang membuat semua produsen kendaraan roda empat tidak mampu memenuhi keinginan dari para pelanggan, namun Toyota dapat dengan mudah mengelola krisis serta menjadi satu-satunya perusahaan yang mampu berhasil di tengah pandemi covid-19.

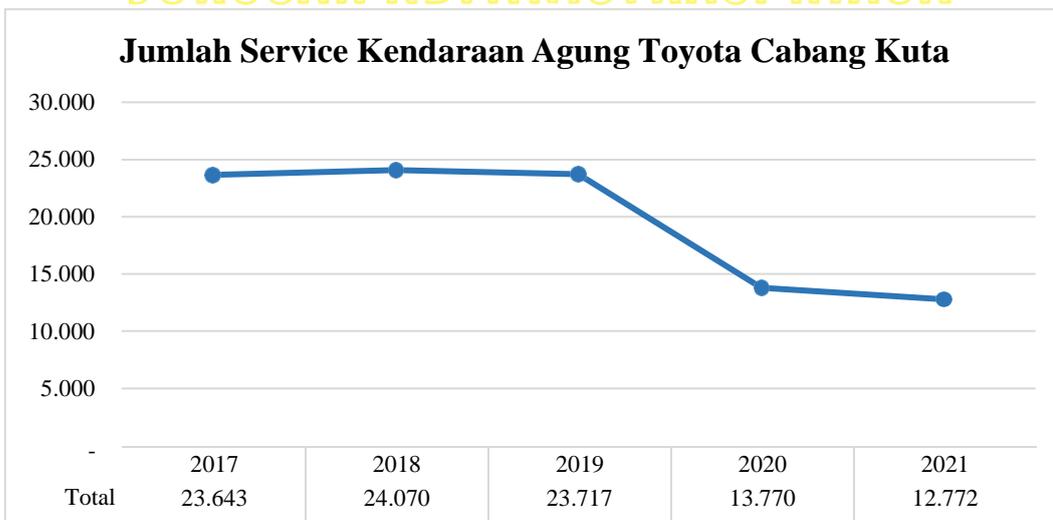
Agung Toyota merupakan sebuah perusahaan yang ditunjuk oleh PT Toyota Astra Motor sebagai salah satu jaringan jasa penjualan unit kendaraan bermotor merek Toyota di Indonesia. Agung Toyota yang berdiri sejak tahun 1972 telah sepenuhnya mengelola operasional kedelaleran Toyota di Indonesia. Saat ini, Agung Toyota telah berkembang besar menjadi dealer utama dan eksklusif untuk semua produk Toyota di Riau, Kepulauan Riau, Jambi, Bengkulu dan Bali. Sebagai sebuah bisnis yang bergerak pada bidang otomotif tentu Agung Toyota tidak hanya sebagai jaringan jasa penjualan, namun juga menawarkan layanan purna jual yang mencakup *service* kendaraan serta penyediaan suku cadang Toyota.

Service kendaraan yang dilakukan Agung Toyota adalah salah satu layanan yang tersedia di setiap outlet dengan tujuan untuk memastikan bahwa kendaraan yang digunakan memang layak untuk dikemudikan dan tidak mengganggu sehingga dapat mengancam keselamatan pengguna jalan lainnya. *service* kendaraan tersebut

biasanya dilakukan rutin secara 6 bulan sekali atau ketika mobil telah berjalan sejauh 10.000 kilometer. Selain *service* rutin yang dilakukan setiap 6 bulan sekali, terdapat juga *service* yang dilakukan karena ada kerusakan kendaraan yang terjadi secara tiba-tiba. Biasanya kerusakan ini terjadi karena kelalaian dan kecerobohan pengguna, atau bisa saja karena bagian yang rusak sudah habis masa pakainya dan harus diganti.

Namun beberapa tahun belakangan ini, *service* kendaraan yang disediakan oleh Agung Toyota tidak dapat dioptimalkan karena adanya pandemi covid-19. Baik layanan purna jual *service* kendaraan yang dilakukan langsung pada bengkel cabang perusahaan maupun jasa *service* kendaraan yang dipergunakan oleh beberapa orang dalam keadaan darurat seperti THS (*Toyota Home Service*) yang memberikan pelayanan sesuai dengan waktu dan tempat yang telah disepakati oleh konsumen. Hal ini tentunya berdampak besar pada seluruh sektor masyarakat tidak terkecuali Agung Toyota Cabang Kuta. Hal ini terlihat dari data yang diperoleh penulis menunjukkan bahwa terjadi penurunan angka *service* dalam 5 tahun terakhir.

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA



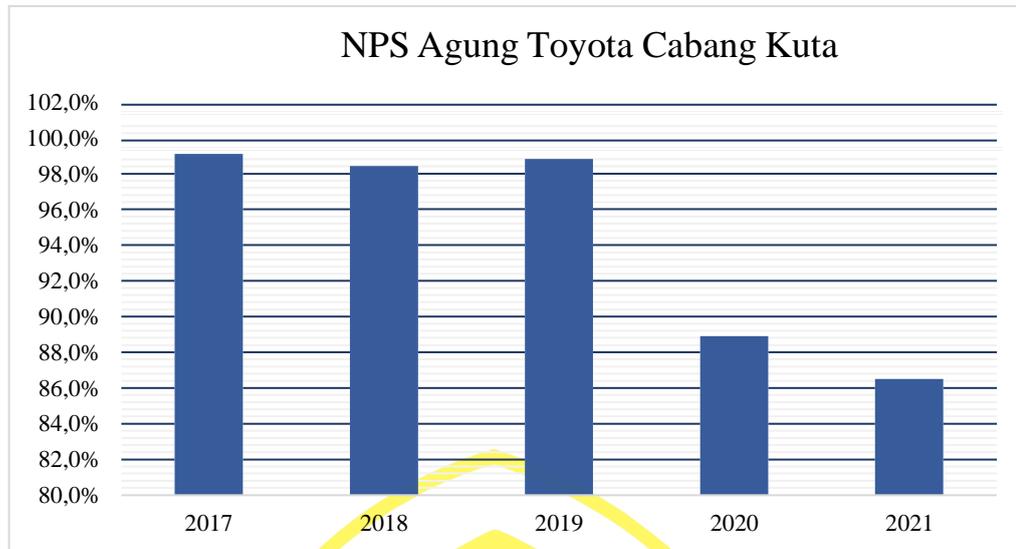
Gambar 1.2 Jumlah Service Kendaraan Dalam 5 Tahun

Sumber: Agung Toyota Cabang Kuta

Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa volume *service* kendaraan menurun selama 2 (dua) tahun terakhir, hal ini tentunya disebabkan oleh pandemi covid-19 yang melanda Indonesia sejak maret 2020 lalu. Hal ini lah yang menyebabkan Agung Toyota Cabang Kuta harus mempertahankan dan juga meningkatkan kualitas pelayanan sebagai bentuk upaya dalam mempertahankan eksistensi dengan mengedepankan kepuasan pelanggan.

Faktor selanjutnya adalah kualitas pelayanan, dimana konsumen berharap mendapatkan pelayanan yang baik menurut standar pelayanan bagi sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan adalah sebuah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler, 2019). Kualitas pelayanan Agung Toyota Cabang Kuta selama pandemi covid-19 belum dapat memenuhi harapan para pelanggan, dari observasi awal yang dilakukan salah satunya ditandakan dengan ruang tunggu yang tidak terawat dengan baik. Disamping itu, layanan informasi yang disediakan Agung Toyota Cabang Kuta bagi pelanggan *service* kendaraan terbilang cukup sulit hal ini dikarenakan minimnya staff dan karyawan yang bekerja.

Faktor lain yang menjadi pertimbangan dari konsumen adalah adanya penilaian perusahaan yang diberikan oleh pelanggan *service* kendaraan. NPS atau *Net Promoter Score* merupakan salah satu alat yang digunakan oleh Agung Toyota Cabang Kuta untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan. Tingkat kualitas pelayanan ini diukur setiap tahunnya sehingga dapat mengetahui apa saja yang perlu menjadi perbaikan.



Gambar 1.3 NPS Agung Toyota Cabang Kuta Dalam 5 Tahun

Sumber: Agung Toyota Cabang Kuta

Berdasarkan data NPS (*Net Promoter Score*) yang diperoleh dari Agung Toyota Cabang Kuta pada tahun 2017 sampai dengan Februari 2021 menunjukkan bahwa skor yang diperoleh untuk membuktikan tingkat kualitas pelayanan menunjukkan penurunan persentase yang sangat drastis yang artinya bahwa sepanjang pandemi covid-19 tingkat kualitas pelayanan belum memenuhi harapan pelanggan dalam kata lain pelanggan belum merasa puas akan pelayanan dari Agung Toyota Cabang Kuta.

Menurut Tjiptono (2016) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah tujuan utama dari setiap perusahaan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan yang disediakan oleh perusahaan akan menggunakan kembali produk dan jasa pelayanan untuk memenuhi kebutuhan yang muncul di kemudian hari. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kunci utama

dalam melakukan pembelian ulang dari porsi besar pada penjualan perusahaan di tengah pandemi covid-19 yang masih saja berlanjut sampai saat ini.

Maka berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas, meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara menganalisis tingkat kepuasan pelanggan merupakan salah satu upaya dalam rangka mempertahankan eksistensi Agung Toyota Cabang Kuta pada bisnis otomotif yang sedang berkembang. Penanganan dalam memberikan solusi ataupun upaya harus dilakukan dengan optimal. Jika upaya yang dilakukan tidak optimal maka akan membawa dampak yang buruk kedepannya bagi perusahaan. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Tingkat Kualitas Pelayanan Pelanggan Service Kendaraan Pada Agung Toyota Cabang Kuta**”. Penelitian ini dilaksanakan pada Agung Toyota Cabang Kuta untuk mengetahui lebih lanjut mengenai kualitas layanan yang diberikan serta upaya apa saja yang akan dilakukan dalam memenuhi kepuasan para pelanggan yang melakukan transaksi jasa *service* kendaraan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1.2.1 Bagaimanakah tingkat kualitas pelayanan pelanggan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta?

1.2.2 Bagaimanakah upaya yang dilakukan oleh Agung Toyota Cabang Kuta untuk meningkatkan kualitas pelayanan *service* kendaraan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1.3.1 Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan pelanggan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta.

1.3.2 Untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh Agung Toyota Cabang Kuta untuk meningkatkan kualitas pelayanan *service* kendaraan.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

1.4.1 Kontribusi Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan sebagai referensi bacaan mengenai kualitas pelayanan khususnya menggunakan *Service Quality* (Servqual) dan *Importance Performance Analysis* (IPA), serta juga diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

1.4.2 Kontribusi Praktis

a) Bagi Perusahaan

Sebagai salah satu informasi tambahan dan pemikiran objektif untuk pihak manajemen perusahaan serta dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas layanan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta, sehingga diharapkan dapat membantu perusahaan untuk mengetahui faktor – faktor pelayanan yang menurut pelanggan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, serta faktor – faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

b) Bagi Jurusan

Sebagai sarana referensi bacaan atau bahan perbandingan dalam kajian berikutnya oleh pihak lain yang berhubungan dengan topik manajemen pelayanan, khususnya dalam meningkatkan kualitas layanan menggunakan metode *Service Quality* (Servqual) dan *Importance Perfomance Analysis* (IPA) sebagai bahan dalam pengembangan kurikulum pada perkuliahan.

c) Bagi Penulis

Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan, wawasan dan informasi mengenai manajemen pelayanan dengan menggunakan metode *Service Quality* (Servqual) dan *Importance Perfomance Analysis* (IPA) pada Agung Toyota Cabang Kuta.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yang telah dijabarkan menjadi dua bagian yaitu secara teoritis dan praktis.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi telaah teori yang memberi paparan atau uraian teori-teori yang telah diperoleh melalui studi pustaka dari buku, artikel ilmiah dan jurnal yang relevan dengan masalah penelitian, lalu adanya contoh-contoh penelitian terdahulu beserta ringkasan hasil penelitian yang dibuat dengan susunan tabel dan kerangka teoritis. **BAB III**

METODE PENELITIAN

Bab ini berisi keterangan mengenai lokasi penelitian, variabel penelitian, sumber data, jenis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, jadwal penelitian dan yang terakhir sistematika penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dan dilakukannya pembahasan berdasarkan hasil dari analisis penelitian, analisis data secara deskriptif maupun hasil pengujian yang telah dilakukan. Bab ini terdiri dari gambaran umum variabel penelitian, analisis data dan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dari pengumpulan dan Analisa data yang telah dilakukan bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan pelanggan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta berada dalam kategori sangat sesuai dengan harapan pelanggan dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,11% sehingga kinerja dari kualitas pelayanan pelanggan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta telah dianggap sangat memuaskan dan masih ada beberapa indikator yang masih belum dianggap sangat memuaskan.
- b. Terdapat 3 atribut yang masih dianggap belum dianggap sangat memuaskan yakni: Agung Toyota Cabang Kuta menyediakan ruang tunggu yang bersih dan nyaman, kapasitas parkir yang luas, dan kemudahan pelanggan dalam memperoleh suatu informasi terkait *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta.
- c. Upaya yang dapat dilakukan oleh pihak Agung Toyota Cabang Kuta guna meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta yaitu: dengan menyediakan layanan *first class* yang me-

rupakan salah satu layanan jasa *service* eksklusif yang tersedia bagi layanan pelanggan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta. Layanan ini tentunya diharapkan memberikan kenyamanan bagi para pelanggan berada dalam satu ruangan yang hanya dihuni oleh pelanggan itu sendiri. Tidak hanya itu, layanan ini juga memberikan kenyamanan bagi para pelanggan yang ingin menikmati snack, minuman, makan siang sampai dengan coffee break yang disediakan pada outlet Starbucks dan tentunya diberikan secara gratis dari pihak Agung Toyota Cabang Kuta sebagai bentuk apresiasi karena telah mempercayakan layanan jasa *service* kendaraannya. Tentunya untuk menjadikan seseorang atau badan usaha menjadi customer *first class* pada layanan *service* kendaraan Agung Toyota Cabang Kuta, mereka harus melakukan kontrak kerja sama yang berlangsung selama 1 tahun dengan nominal minimal transaksi jasa *service* kendaraan per unitnya. Dengan jumlah transaksi yang mudah untuk dipenuhi, dapat membuat pelanggan memiliki kesempatan untuk memilih atau tidak untuk bergabung dalam customer *first class* pada layanan jasa *service* kendaraan Agung Toyota Cabang Kuta. Sehingga pada kesempatan ini, konsumen dapat melakukan perbandingan dari satu perusahaan dengan perusahaan lainnya untuk memperoleh kepercayaan perusahaan yang terbaik menurut pandangan konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan, maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

a Bagi perusahaan

Pada usulan prioritas perbaikan yang didasarkan atas hasil dari penelitian terhadap atribut-atribut yang dianggap penting oleh pelanggan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta, atribut ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting dan atau diharapkan oleh pelanggan, tetapi kondisi persepsi dan atau kinerja aktual yang ada pada saat ini belum memuaskan. Maka dari itu Agung Toyota Cabang Kuta diharapkan mampu serta berupaya untuk menjadikan atribut-atribut dalam kuadran ini sebagai prioritas dalam meningkatkan kinerja pada atribut-atribut yang terletak pada kuadran ini, agar nantinya dapat memenuhi keinginan serta harapan dari para pelanggan. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini yaitu:

- 1) Agung Toyota Cabang Kuta menyediakan ruang tunggu yang bersih dan nyaman. Peneliti telah memberikan masukan berupa layanan *service* kendaraan *first class* yang diberikan kepada pelanggan yang melakukan *service* kendaraannya pada Agung Toyota Cabang Kuta dengan nilai nominal *service* kendaraan yang nantinya akan ditentukan oleh pihak Agung Toyota Cabang Kuta itu sendiri. Jadi layanan ini dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan dengan menyediakan beberapa benefit yang bisa dinikmati langsung oleh para pelanggan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta.
- 2) Ketersediaan sarana pendukung (kamar mandi, tempat mencuci tangan, mushola, entertainment dan wifi). Upaya yang dapat diterapkan oleh Agung Toyota Cabang Kuta yakni dengan meningkatkan kualitas jaringan Wi-Fi,

baik dengan cara mengganti provider ataupun meningkatkan kecepatan jaringan.

- 3) Kemudahan pelanggan dalam memperoleh suatu informasi terkait *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta. Minimnya informasi yang bisa didapatkan oleh pelanggan melalui website maupun social media yang dimiliki oleh pihak perusahaan membuat pelanggan enggan mencari tahu lebih lanjut mengenai *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta. Maka dari itu, upaya yang bisa diterapkan oleh pihak Agung Toyota Cabang Kuta adalah dengan memberikan informasi secara lengkap melalui website maupun social media yang dimiliki sehingga nantinya akan menjawab hal yang menjadi pertanyaan dari para pelanggan. Hal ini juga sebagai bagian dari promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan namun masih tetap sejalan pada membagikan informasi terkait dengan *service* kendaraan yang ada pada Agung Toyota Cabang Kuta.
- 4) Staff dan karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan. Upaya yang dapat dilakukan dalam masalah ini adalah dengan memberikan masukan berupa pembekalan melalui program training and development yang diselenggarakan oleh perusahaan dalam beberapa waktu kepada semua staff dan karyawan yang ada pada Agung Toyota Cabang Kuta. Pembekalan yang diberikan tidak hanya mencakup staff yang bertugas sebagai *customer service* namun juga seluruh staff dan karyawan agar memiliki sifat cepat tanggap dalam menjawab pertanyaan maupun menyelesaikan hal yang menjadi keluhan para pelanggan.

5) Staff dan karyawan mampu memberikan garansi sesuai produk yang diberikan kepada pelanggan. Maka upaya yang dapat dilakukan oleh pihak Agung Toyota Cabang Kuta adalah dengan memberikan kemudahan langsung bagi para pelanggan dalam mengklaim garansi, yakni dengan menyediakan layanan *service centre* dari setiap distributor pada layanan *service* kendaraan Agung Toyota Cabang Kuta. Hal ini akan memudahkan pelanggan dalam mengklaim garansi langsung kepada distributor tanpa memakan waktu yang cukup lama, ini juga dapat membuat klaim garansi yang didapat sesuai dengan aturan yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

b Bagi penelitian selanjutnya

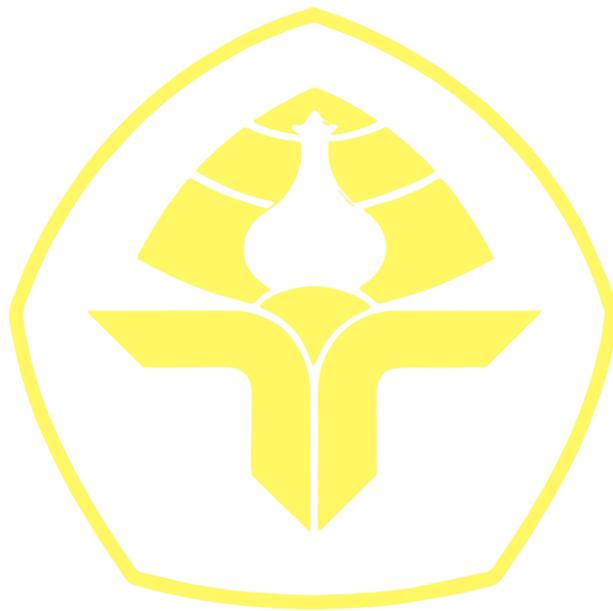
- 1) Bagi penelitian yang dilakukan selanjutnya diharapkan mampu untuk memperluas subyek dan juga obyek dari penelitian, tidak hanya terpaku pada layanan *service* kendaraan saja namun juga layanan purna jual kendaraan yang menjadi bagian dari pihak Agung Toyota itu sendiri.
- 2) Bagi penelitian yang dilakukan selanjutnya diharapkan peneliti mampu untuk menggunakan indikator-indikator lain yang menjadi tolak ukur dalam mengukur tingkat kualitas pelayanan pelanggan *service* kendaraan pada Agung Toyota Cabang Kuta.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Toyota. Website PT Agung Automall. <https://www.agungtoyota.co.id/about-us/agung-toyota>, Tentang Agung Toyota. Milestones. Diakses pada 28 Januari 2022.
- Bahri, S. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Berry, L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1985). *Quality counts in services too*. Business Horizons.
- C. Neyland, Johan S. Jefferson Mende. (2018). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Bengkel Otomotif Roda Dua Dengan Metode *Importance Perfomance Analysis*. Jurnal Tekno Mesin
- Cahyo Diyanto, Andika. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *Importance Perfomance Analysis* (IPA) Pada Hotel Rosali Situbondo. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Chen, Mu-Chen. Chia-Lin Hsu. Li-Hung Lee (2019). *Service quality and Customer Satisfaction in Pharmaceutical Logistics: An Analysis Based on Kano Model and Importance-Satisfaction Model*
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). Konsumen dan pelayanan prima. Yogyakarta: Gava Media
- Deepublish, Penerbit (2021) <https://penerbitbukudeepublish.com/pengertian-variabel-penelitian/>. Variabel Penelitian. Diakses pada 04 Maret 2022
- E. Deo, Pondaag G. Regi Sanjaya. Linda Gandajaya. (2017). Analisis Kualitas Layanan Lazada Dengan Menggunakan Metode E-Servqual dan IPA. Jurnal Accounting and Business Studies
- Gakindo. (2021). Indonesian Automobile Industry Data. https://files.gaikindo.or.id/my_files/. Data by Brand 2021. Diakses pada 30 Januari 2022.
- Hidayat, Chairul Nindya. (2019). Analysis Using *Importance Perfomance Analysis* Method Study on PT. Astra International UD Trucks Consumer Bandung 2019. Jurnal Manajemen Pemasaran, Universitas Telkom. Page 563
- Kotler Phillip (2016). *Marketing Management 15E*.

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 1. Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurfarida, Iva Nurdiana. (2015). Pengukuran Indeks Kepuasan Pelanggan Untuk Peningkatan Kualitas Layanan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 11(2), 135-146.
- Populix. (2021). <https://www.info.populix.co/post/>. Metode Pengumpulan Data. Diakses pada 04 Maret 2022.
- Rinaldi, R. (2021). Dampak Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas serta Peran Moderasi Gender (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI di Yogyakarta). *Journal Competency of Business*, 5(02), 142-154.
- Rizko Yulianto, Andri. (2018). Tinjauan Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi*. Universitas Borobudur
- Sihombing, Maruli Asi Tua. (2021). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas, dan persepsi merek terhadap minat pembelian mobil merek Wuling di Kota Jambi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta, Cv
- Sunyoto, Danang. (2014). Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen. Yogyakarta: CAPS.
- Susetyarini, Oktari. Dkk. (2021). Pengukuran Tingkat Kepuasan Wisatawan Terhadap Fasilitas Umum, Prasarana Umum, dan Fasilitas Pariwisata di Malioboro Pascarevitalisasi Kawasan. Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo (STIPRAM) Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Dan Penelitian). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi
- Wilson, A., Zeithaml, V., & Bitner, M. J. (2016). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The*. McGraw-Hill Inc US.
- Winarno, Heru. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Service Quality (SERVQUAL)* Dan *Importance Performance Analysis (IPA)* Pada PT. Media Purna Engineering. Tb Absror (Universitas Serang Raya)

Yogantari, I Gusti Ayu Pramita. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel PT Agung Automall Denpasar. Jurnal Universitas Ngurah Rai



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI