

**ANALISIS SERVICE QUALITY DENGAN MENGGUNAKAN METODE
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)
STUDI PADA KONSUMEN PT.ASTRA INTERNATIONAL UD TRUCKS BANDUNG
TAHUN 2019**

**ANALYSIS USING IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS METHOD STUDY
ON PT.ASTRA INTERNATIONAL UD TRUCKS CONSUMER BANDUNG 2019**

Chairul Nindya Hidayat¹, Fanni Husnul Hanifa, SE.,MM²
Prodi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ilmu Terapan, Universitas Telkom
Email: herulkatom20@gmail.com,
fanni.husnul@tass.telkomuniversity.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kinerja, harapan, tingkat kepuasan pelanggan PT Astra International UD Trucks Bandung serta menentukan atribut *service quality* yang harus ditingkatkan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif Kuantitatif Pengambilan sampel dilakukan dengan Teknik Non-Probability sampling dengan tipe sampling Purposive, yaitu Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya orang tersebut dianggap tahu tentang apa yang kita harapkan, sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek yang akan diteliti. Responden penelitian berjumlah 100 orang. Analisis Pembahasan yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* hasil dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan rata-rata atribut kualitas Kualitas layanan, diperoleh bahwa tingkat Kenyataan adalah 4,10 yang berarti Baik. kemudian Harapan, pada level 4,21 yang berarti juga Sangat Baik. Adapun atribut yang harus ditingkatkan adalah Kuadran Utama, ketepatan karyawan menjelaskan spesifikasi produk (X1.1), Dapat menyimpan database pelanggan dengan aman (X2.2), dan Sigap menanggapi keluhan pelanggan (X5.2).

Kata Kunci : *Service Quality, Importance Performance Analysis, Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the performance, expectations, level of customer satisfaction of PT Astra International UD Trucks Bandung and determine the service quality attributes that must be improved. This study uses descriptive quantitative research. Sampling is done by Non-Probability sampling technique with Purposive sampling type, namely the technique of determining the sample with certain considerations. For example the person is considered to know about what we expect, so that it will make it easier for researchers to explore the object to be studied. The research respondents were 100 people. Analysis The discussion used is the Importance Performance Analysis. The results of this study are customer satisfaction on average quality attributes. Quality of service, found that the Reality level is 4.10 which means Good. then Hope, at level 4.21 which means Very Good too. The attributes that must be improved are the Main Quadrant, the accuracy of the employee explaining the product specifications (X1.1), Can store the customer database safely (X2.2), and Respondently respond to customer complaints (X5.2).

Key words: *Service Quality, Importance Performance Analysis, Customer Satisfaction*

1. PENDAHULUAN**1.1 Latar Belakang**

Dalam sebuah Perusahaan, Pelayanan menjadi salah satu aspek yang penting dalam penjualan suatu produk atau jasa. Buruknya pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dapat menyebabkan konsumen untuk tidak lagi menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Pelayanan yang baik sendiri dapat membuat konsumen untuk loyal dan terus menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

Menurut Tjiptono (2014:268) definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Di dalam penggunaan jasa transportasi, pelayanan menjadi salah satu aspek yang penting. Karena ketika konsumen

menggunakan jasa transportasi, konsumen merasakan apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen ke perusahaan transportasi tersebut.

Salah satu jenis jasa Transportasi ialah Transportasi Niaga atau Transportasi kelas berat, Pentingnya akan Transportasi kelas berat pun juga ikut serta berperan sebagai sarana untuk memudahkan pekerjaan dalam pemesanan ataupun pengiriman jarak jauh dari perusahaan. Di sisi lain, Ketua Umum Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) Yohannes Nangoi mengatakan, perusahaan otomotif merupakan salah satu industri penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Kontribusi industri otomotif terhadap PDB bisa mencapai 50%. Sebab, tanpa kendaraan, kegiatan atau aktivitas ekonomi tidak akan berjalan. (id.beritasatu.com)

Adapun menurut Badan Pusat Statistik 2017 tentang peningkatan kendaraan mobil barang/Niaga di Indonesia yang dijabarkan dalam table berikut ini :

Tabel 1.1
Total Kendaraan Mobil Niaga di Indonesia
Tahun 2017

Tahun	Jumlah Mobil Barang/ Logistik
2015	6.611.028
2016	7.063.433
2017	7.523.550

Sumber : Badan Pusat Statistik (diakses pada 19 Februari 2019)

Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa adanya kenaikan kendaraan Niaga di Indonesia, sebesar 452.405 – 460.117 unit pada tahun 2015 sampai dengan 2017, untuk unit kendaraan mobil barang/ Logistik. Adapun 4 merek transportasi komersial yang berjalan di Indonesia yaitu :

Tabel 1.2
Brand/Merek Transportasi Komersial yang beroperasi di Indonesia

No.	Brand/Merek
1.	HINO
2.	ASTRA INTERNATIONAL UD TRUCKS
3.	ISUZU
4.	MITSUBISHI TRUCKS

Persaingan di dunia otomotif tentunya menjadikan suatu tolak ukur bagi konsumen dalam memilih produk pilihan mereka yang dapat memenuhi harapan dalam kata lain dapat memuaskan mereka terutama dalam hal pelayanan. Dengan banyaknya permintaan terhadap *service* kendaraan di Indonesia membuat perusahaan otomotif lebih dituntut untuk memperkuat kualitas layanan. Salah satu perusahaan transportasi yang memberikan pelayanan full service adalah Astra International UD Trucks.

PT. Astra International UD Trucks Bandung selain menerapkan pelayanan yang ramah dengan mengedepankan mutu & kualitas terhadap konsumen, di PT. Astra UD Trucks Bandung juga menerapkan beberapa jenis pelayanan yang diberikan kepada para Konsumen antara lain :

UD Telematics, adalah sistem pemantauan jarak jauh yang memungkinkan konsumen selalu mendapatkan informasi terkini tentang status keseluruhan armada pengendara secara *real-time*. Sistem ini tidak hanya mudah digunakan, tetapi juga memberikan sejumlah manfaat besar yang akan membantu konsumen menekan biaya, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan produktivitas.

UD Driver Training, dengan *system* pelayanan UD *Driver Training* pelanggan dapat menghemat biaya bahan bakar, melipat gandakan produktivitas, serta meningkatkan keamanan.

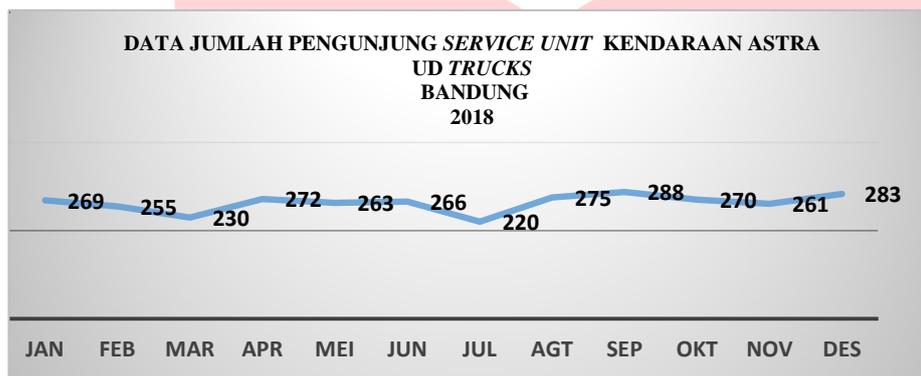
UD Trust, yaitu perjanjian *service* menyeluruh yang dirancang khusus agar pelanggan dapat mengurangi total biaya pemeliharaan truk. Dengan perjanjian layanan UD *Trust*, pelanggan dapat memastikan performa prima layanan truk agar selalu terjaga.

UD Garansi Service, Dalam rangka memberikan layanan dan membangun relasi dengan sepenuh hati serta senantiasa menepati janji kepada pelanggan, Astra UD Trucks memberikan garansi perbaikan pekerjaan ringan selama 5000 km (atau 2 minggu) dan pekerjaan berat selama 30.000 km (atau 3 bulan).

Layanan Kunjungi (UD Mobile Workshop), yaitu Solusi *service kendaraan* langsung di tempat pelanggan yang meliputi: perawatan rutin, perbaikan ringan, dan diagnosa kendaraan.

Astra UD 24H Technical Assistance, Dukungan penuh, kapanpun dan dimanapun Perawatan yang dikerjakan oleh mekanik terlatih Astra UD Trucks menjaga truk pelanggan agar selalu dalam kondisi prima. Didukung suku cadang asli UD Trucks yang handal, tahan lama, kualitas terjamin, dan tersedia di seluruh Indonesia.

Dengan perkembangan yang signifikan pada konsep kendaraan Niaga yang bersaing dengan perusahaan lainnya membuat Astra International UD Trucks terus meningkatkan kualitas pelayanannya, Berikut adalah gambar Diagram total kunjungan konsumen dalam *service unit* kendaraan pada dealer Astra International UD Trucks Bandung.



GAMBAR 1.3

**Data Jumlah Pengunjung pada Service Unit Kendaraan di Astra International UD Trucks
Bandung tahun 2018**

(Sumber : data Internal Perusahaan)

Dalam setiap perusahaan, kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan atau produk itu, maka posisi produk atau jasa itu akan baik di pasar. (Oliver, 2007:31)

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk menulis laporan tugas akhir dengan judul : “**Analisis Service Quality dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA)**” (studi pada Konsumen PT Astra International UD Trucks Bandung Tahun 2019).

1.3 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Kinerja Layanan PT Astra International UD Trucks Bandung?
2. Bagaimana harapan Konsumen atas Layanan PT Astra International UD Trucks Bandung?
3. Bagaimana tingkat Kepuasan pelanggan pelanggan PT Astra International UD Trucks Bandung?
4. Atribut *Service Quality* apa saja yang dapat ditingkatkan PT Astra International UD Trucks Bandung ?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Kinerja Layanan PT Astra International UD Trucks Bandung
2. Untuk mengetahui Harapan Konsumen Atas Layanan PT Astra International UD Trucks Bandung
3. Untuk mengetahui tingkat Kepuasan Pelanggan PT Astra International UD Trucks Bandung
4. Untuk mengetahui atribut *Service Quality* apa saja yang dapat ditingkatkan PT Astra International UD Trucks Bandung

2. DASAR TEORI

2.1. ServQual

SERVQUAL merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan sebuah perusahaan terhadap

pelanggan merupakan hal penting yang harus diperhatikan untuk penciptakan persepsi yang baik bagi pelanggan terhadap perusahaan. Sampai saat ini, hampir seluruh perusahaan yang ada saling berlomba dalam meningkatkan kualitas pelayanan sehingga memberi kepuasan kepada pelanggannya. Hal tersebut dikarenakan kualitas pelayanan dalam perusahaan kepada pelanggan memainkan peran penting dalam pemasaran produk dan jasa sebuah perusahaan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:137), mengungkapkan terdapat lima dimensi yang menentukan kualitas layanan. Lima dimensinya adalah sebagai berikut :

a. Tangible

Kemampuan suatu perusahaan dalam memperlihatkan kepada pihak eksternal akan eksistensi perusahaan. Sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang akan diberikan kepada pelanggan seperti gedung, perlengkapan, peralatan, gudang, penampilan pegawai perusahaan dan lain-lain.

b. Emphaty

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

c. Reliability

Kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan secara akurat dan terpercaya. Kecepatan waktu pelayanan untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi sesuai dengan harapan pelanggan.

d. Responsiveness

Keinginan yang tulus untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membuat pelanggan menunggu terlalu lama, merasa tidak dilayani dengan cepat, mengabaikan permintaan pelanggan akan membuat pelanggan memberikan penilaian yang buruk mengenai kualitas pelayanan.

e. Assurance

Faktor-faktor yang mendukung pertumbuhan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, seperti pengetahuan, sikap sopan santun, dan kemampuan para karyawan perusahaan. Assurance terdiri dari beberapa komponen, yaitu : Komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

2.2. Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller dalam Priansa (2016;196) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang.

2.3.

2.4. Importance Performance Analysis (IPA)

- Menghitung nilai kesesuaian untuk menentukan prioritas perbaikan kinerja dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan rumus :

$$Tki \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana:

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor/Nilai Kinerja

Yi = Skor/Nilai Kepentingan

- Mengukur tingkat kepuasan pelanggan atas kinerja perusahaan dan tingkat kepentingan pelanggan atas variabel – variabel kepuasan pelanggan. Untuk menjabarkan pada diagram kartesius, tingkat kinerja dilambangkan dengan huruf x, sedangkan tingkat kepentingan pelanggan dilambangkan dengan y.

- Membagi diagram kartesius menjadi empat bagian dengan cara menghitung rata-rata dari rata-rata skala tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan. Pada *quadrant analysis* terdapat garis diagonal yang memotong kuadran menjadi 2 bagian, kuadran atas dan kuadran bawah.

Y
(Kepentingan/ Harapan)

Prioritas Utama Kuadran A	Pertahankan Prestasi Kuadran B
Prioritas Rendah Kuadran C	Berlebihan Kuadran D

X (Pelaksanaan / Kinerja)

Untuk mengetahui tingkat kepuasan para pelanggan dari setiap atribut pelayanan maupun dari setiap dimensi mutu pelayanan, maka diberikanketegerinilai/skor sebagai berikut :

1,00-1,80= Sangat Tidak Baik

1,81-2,60= Tidak Baik

2,61-3,40= Cukup Baik

3,41-4,20= Baik

4,21-5,00 = Sangat Baik

3. PEMBAHASAN

3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor masing-masing pernyataan item yang ditujukan kepada responden dengan total skor untuk seluruh item. Apabila nilai koefisien korelasi butir item pernyataan yang sedang diuji lebih besar dari r tabel sebesar 0,361 (n = 30, signifikansi = 5 %), maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid.

Tabel 2 Hasil Validitas

Dimensi	No. Item	r- hitung		r- tabel	Keterangan
		Importance	Performance		
<i>Reliability</i>	P1	0,442	0,423	0,196	Valid
	P2	0,426	0,377	0,196	Valid
<i>Assurance</i>	P3	0,407	0,569	0,196	Valid
	P4	0,414	0,467	0,196	Valid
<i>Tangible</i>	P5	0,427	0,503	0,196	Valid
	P6	0,429	0,411	0,196	Valid
	P7	0,525	0,570	0,196	Valid
	P8	0,467	0,362	0,196	Valid
<i>Empathy</i>	P9	0,403	0,452	0,196	Valid
	P10	0,482	0,261	0,196	Valid
<i>Responsiveness</i>	P11	0,606	0,619	0,196	Valid
	P12	0,468	0,656	0,196	Valid
<i>Responsiveness</i>	P13	0,568	0,643	0,196	Valid
	P14	0,461	0,613	0,196	Valid

Tabel 3 Hasil Realibilitas

Dimensi	Koefesien Determinasi	Nilai Kritis	Keterangan
Harapan	0.722	0.60	Realiabel
Kenyataan	0.771	0.60	Realiabel

3.2. Gap Analisis

Tabel 4 Nilai kesenjangan Dimensi ServQual antara Harapan serta Tingkat Kenyataan

Dimensi	Kenyataan (X)	Harapan (Y)	GAP	Tki (%)
Reliability (X1)	4,19	4,24	-0,05	98,82%
Assurance (X2)	4,15	4,32	-0,17	96,06%
Tangible (X3)	4,17	4,15	0,02	100,48%
Empathy (X4)	3,77	4,21	-0,44	89,54%
Responsiveness (X5)	3,99	4,23	-0,24	94,32%
Rata-rata	4,1	4,23	-0,13	96,92%

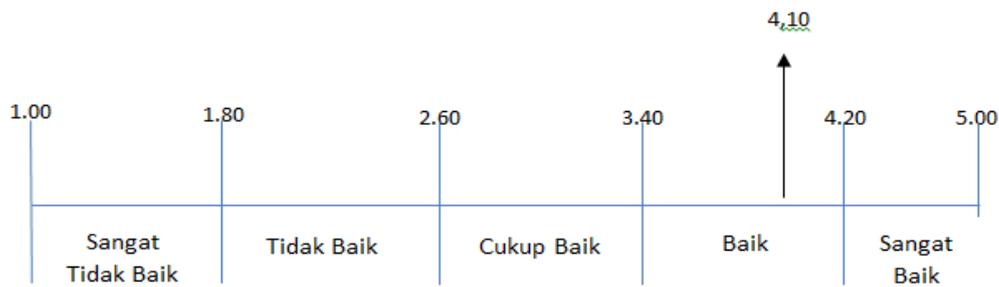
Nilai kesenjangan rata-rata PT.Astra International UD TRUCKS Bandung yang diteliti -0,13 dengan tingkat kepuasan 96,92% yang berarti tingkat kepuasan pelanggan dalam kategori baik.

3.3. IPA Analysis

Tabel 5 hasil Kenyataan PT Astra International UD Trucks Bandung

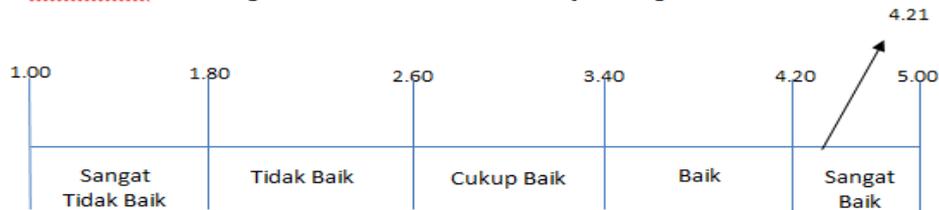
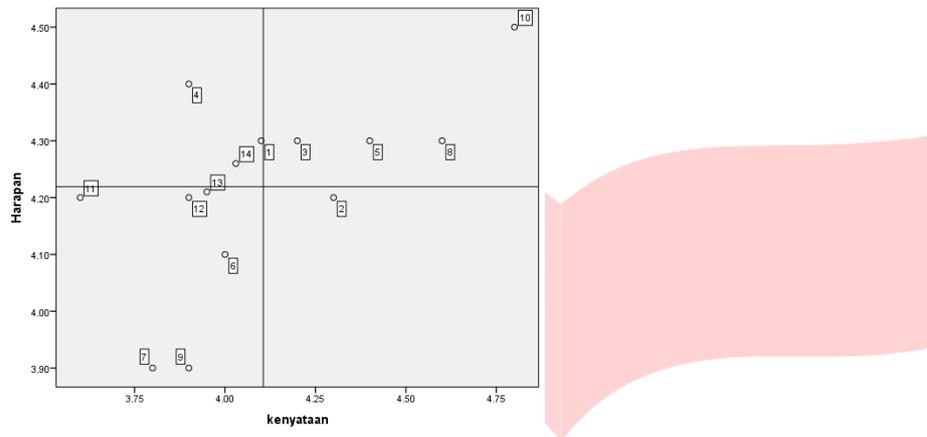
No	Dimensi	Rata-rata Kenyataan (X)	Keterangan
1	Ketepatan karyawan menjelaskan spesifikasi produk	4,1	Sangat Baik
2	Ketepatan produk dengan spesifikasi yang tertulis pada informasi produk	4,3	Sangat Baik
3	Penyampaian informasi produk sudah jelas	4,2	Sangat Baik
4	Dapat menyimpan database pelanggan dengan aman	3,9	Sangat Baik
5	Karyawan selalu memberikan senyum, sapa, dan salam serta membantu pelanggan saat memasuki area kantor	4,4	Sangat Baik
6	ruang tunggu yang nyaman	4	Sangat Baik
7	desain interior yang baik dan bersih	3,8	Sangat Baik
8	Area Rest Room yang nyaman untuk beristirahat	4,6	Sangat Baik
9	Ketersediaan media cetak serta majalah di ruang tunggu	3,9	Sangat Baik
10	Karyawan Menggunakan seragam dan tanda pengenal	4,8	Sangat Baik
11	Customer Service mengarahkan pelanggan pada bagian yang dibutuhkan dan memberikan perhatian secara individu	3,6	Sangat Baik
12	Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi keluhan pelanggan	3,9	Sangat Baik
13	Mampu mendengarkan keluhan pelanggan	3,95	Sangat Baik
14	Sigap menanggapi keluhan pelanggan	4,03	Sangat Baik
	Rata-rata	4,10	Sangat Baik

Dari hasil pengolahan data tingkat kenyataan, diukur dengan pernyataan yang terdapat dalam tabel 4.4 di atas, diperoleh jumlah rata-rata persentase tingkat kenyataan sebesar 4,10. Untuk memperjelas pernyataan diatas dapat dilihat pada garis kontinum berikut ini :



Tabel 6 Hasil Harapan PT Astra International UD Trucks Bandung

No	Dimensi	Rata-rata Kenyataan (X)	Keterangan
1	Ketepatan karyawan menjelaskan spesifikasi produk	4,3	Sangat Baik
2	Ketepatan produk dengan spesifikasi yang tertulis pada informasi produk	4,2	Sangat Baik
3	Penyampaian informasi produk sudah jelas	4,3	Sangat Baik
4	Dapat menyimpan database pelanggan dengan aman	4,4	Sangat Baik
5	Karyawan selalu memberikan senyum, sapa, dan salam serta membantu pelanggan saat memasuki area kantor	4,3	Sangat Baik
6	ruang tunggu yang nyaman	4,1	Sangat Baik
7	desain interior yang baik dan bersih	3,9	Sangat Baik
8	Area Rest Room yang nyaman untuk beristirahat	4,3	Sangat Baik
9	Ketersediaan media cetak serta majalah di ruang tunggu	3,9	Sangat Baik
10	Karyawan Menggunakan seragam dan tanda pengenal	4,5	Sangat Baik
11	Customer Service mengarahkan pelanggan pada bagian yang dibutuhkan dan memberikan perhatian secara individu	4,2	Sangat Baik
12	Keluangan waktu karyawan untuk menanggapi keluhan pelanggan	4,2	Sangat Baik
13	Mampu mendengarkan keluhan pelanggan	4,21	Sangat Baik
14	Sigap menanggapi keluhan pelanggan	4,26	Sangat Baik
	Rata-rata	4,21	Sangat Baik

Kontinum Line Importance Performance analysis Expectation Level**Tabel 7 diagram Kartesius****1. Kuadran I (Prioritas Utama)**

Pada kuadran ini menggambarkan faktor-faktor yang dianggap penting dan diharapkan konsumen akan tetapi kinerja dari pihak PT.Astra International UD TRUCKS Bandung belum memberikan kepuasan terhadap apa yang diharapkan konsumen secara optimal, sehingga membuat konsumen merasa kecewa. Dimensi inilah yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki. Atribut yang termasuk pada Kuadran I antara lain :

- a. Dimensi Reliability (1) Kemampuan karyawan menjelaskan spesifikasi produk.
- b. Dimensi Assurance (4) Dapat menyimpan database pelanggan.
- c. Dimensi Responsiveness (14) Sigap menanggapi keluhan pelanggan.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Kuadran II merupakan kuadran yang paling diharapkan oleh pelanggan, atribut-atribut tersebut telah sesuai dengan yang dirasakan dan sebagai faktor-faktor yang dianggap penting serta diharapkan sebagai faktor penunjang kepuasan konsumen sehingga perusahaan wajib untuk mempertahankan prestasi kinerja tersebut. Gambar 4.8 menunjukkan bahwa terdapat empat atribut yang termasuk dalam kuadran II. Atribut-atribut tersebut antara lain :

- a. Dimensi Assurance (3) Penyampaian informasi produk cukup jelas
- b. Dimensi Assurance (5) Karyawan memberikan senyum, sapa, dan salam serta membantu pelanggan saat memasuki area kantor.
- c. Dimensi Tangible (8) *Area Rest Room* yang cukup nyaman untuk beristirahat.
- d. Dimensi Tangible (10) Karyawan Menggunakan seragam dan tanda pengenal

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Kuadran III terdapat faktor-faktor yang dianggap punya tingkat persepsi atau kinerja actual yang rendah dan tidak terlalu penting atau tidak terlalu diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan tidak perlu memprioritaskan atau memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor tersebut. Gambar 4.8 menunjukkan bahwa terdapat 6 atribut yang termasuk dalam kuadran III. Atribut-atribut tersebut antara lain:

- a. Dimensi Tangible (6) ruang tunggu yang cukup nyaman
- b. Dimensi Tangible (7) desain interior yang baik dan bersih
- c. Dimensi Tangible (9) Ketersediaan media cetak serta majalah di ruang tunggu
- d. Dimensi Empathy (11) *Customer Service* mengarahkan pelanggan pada bagian yang dibutuhkan dan memberikan perhatian secara individu.
- e. Dimensi Empathy (12) Keluasan waktu karyawan untuk menanggapi keluhan pelanggan
- f. Dimensi Responsiveness (13) Mampu mendengarkan keluhan pelanggan.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Pada kuadran ini terdapat faktor-faktor yang dianggap tidak terlalu penting dan tidak terlalu diharapkan oleh pelanggan sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan sumber daya yang terkait pada faktor tersebut kepada faktor lain yang lebih memiliki tingkat prioritas lebih tinggi. Gambar 4.8 menunjukkan bahwa terdapat satu atribut yang termasuk dalam kuadran IV. Atribut tersebut antara lain :

- a. Dimensi Reliability (2) Kesesuaian produk dengan spesifikasi yang tertulis pada informasi produk.

4. KESIMPULAN & SARAN

Berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini:

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan kepuasan pelanggan rata-rata atribut Kualitas Layanan, diperoleh bahwa tingkat Kinerja (X) adalah 4,10. Ini menunjukkan bahwa sesuai dengan parameter Kepuasan dari atribut Kualitas Layanan diatas pada level Baik. Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Astra International UD TRUCKS Bandung kepada konsumen sudah memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan ditunjukkan dengan nilai kepuasan pada lima dimensi (*Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*). Sehingga tidak terlalu membutuhkan perbaikan.
2. Berdasarkan hasil perhitungan kepuasan pelanggan rata-rata atribut Kualitas Layanan, diperoleh bahwa Harapan, pada level 4,21 yang berarti juga pada titik yang sangat baik. Ini juga menunjukkan bahwa pelanggan sangat berekspektasi tinggi terhadap pelayanan PT.Astra International UD TRUCKS Bandung dikarenakan juga adanya faktor banyaknya atribut kualitas layanan.
3. Berdasarkan perhitungan *importance performance analysis* diperoleh nilai tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 84,91% dengan memiliki rentang nilai yang berada pada kisaran antara 84,48% dan 85,35% yang berarti baik.
4. Atribut-atribut kualitas pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan pada PT.Astra International UD TRUCKS Bandung yaitu atribut yang masuk pada kuadran Utama (Kuadra I), meliputi atribut :
 - a. Kemampuan karyawan menjelaskan spesifikasi produk (X1.1)
 - b. Dapat menyimpan database pelanggan (X2.2)
 - c. Sigap menanggapi keluhan pelanggan (X5.2)

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka dapat diajukan saran untuk PT.Astra International UD TRUCKS Bandung sebagai berikut :

1. Dalam kesimpulan harapan pelanggan di PT.Astra International UD TRUCKS Bandung masih dalam level sangat baik. Sehingga perusahaan, harus Mempertahankan kualitas layanan, dimana yang harus menjadi prioritas perusahaan tidak hanya pada kuadran yang pertama namun perlu ditingkatkan pada 3 kuadran lainnya agar terjadi kesan pada perusahaan dan selalu dalam kondisi yang stabil.
2. Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Astra International UD TRUCKS Bandung kepada konsumen yang menyangkut lima dimensi (*Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*) harus lebih mengutamakan pelayanan yang langsung. Atau interaksi langsung dengan pelanggan, seperti kondisi perhatian secara individu oleh karyawan dan keluangan waktu karyawan dalam menanggapi keluhan Konsumen. Dengan adanya peningkatan pelayanan pada titik titik tersebut , sangat diharapkan dapat membuat pelanggan lebih puas kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA:

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Management*. Edisi 15, Global Edition United Kingdom: Pearson Education.
- Priansa, Donni J. 2017. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Priansa, Donni J. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia
- Sugiyono, 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sumanto, 2014. *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Service Management*. Yogyakarta: ANDI

Amalia,Rima; 2018. Analisis Kualitas Layanan menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) Pada Garuda Indonesia Bandung. *Jurnal D3 Prodi Manajemen Pemasaran Universitas Telkom*

Basri, Farah Aisyah; 2018. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Studi Kasus pada Witel Karawang. Skripsi S1 Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika Universitas Telkom.

Nabila, Elma; 2018. Analisis Kualitas Pelayanan Online (E-Servqual) menggunakan Metode Importance Performance Analysis pada BHINNEKA.COM. Skripsi S1 Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika Universitas Telkom.

Suryani, Della Azalia; 2018. Analisis Kualitas Pelayanan dengan menggunakan Metode IPA pada Transvision Bandung. Jurnal D3 Prodi Manajemen Pemasaran Universitas Telkom

Susandy, Zaenuddin; 2014. Analisis Kepuasan Pelanggan berdasarkan Service Quality dan Importance Performance Matrix Study Kasus Pada PT.Surya Banten Lestari. Skripsi S1 Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika Universitas Telkom

Zulhidjah, Ghina Fakhroh; 2017. Analisis Service Quality dengan metode *importance performance analysis* (IPA) Studi pada PT. Astra International Daihatsu Bis Center Bandung. Jurnal D3 Prodi Manajemen Pemasaran Universitas Telkom

Disastra, G. M., Hanifa, F. H., & Sastika, W. (2018). Importance-Performance Analysis (IPA) on Tourists Satisfaction (Study in Ciamis Regency, Indonesia). *Advanced Science Letters*, 24(4), 2922-2925.

Naibaho, S. R. L., & Disastra, G. M. (2017). Tinjauan Mengenai Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Layanan Pada Giggle Box Cafe & Resto Pada Tahun 2017. *eProceedings of Applied Science*, 3(2).

<https://id.beritasatu.com/home/otomotif-industri-penting-untuk-dorong-pertumbuhan/177838>

(diakses pada 21 Maret 2019)

<http://www.tribunnews.com/otomotif/2018/12/17/penjualan-tumbuh-28-persen-year-on-year-bisnis-truk-tahun-ini-kinclong>

(diakses pada 21 Maret 2019)

<http://marketeers.com/manisnya-pasar-truk-dan-bus-hino-tahun-2018/>

(diakses pada 21 Maret 2019)

<https://industri.kontan.co.id/news/pabrik-truk-ketuban-berkah-di-tahun-ini>

(diakses pada 22 Maret 2019)

<https://otomotif.kompas.com/read/2018/12/15/074200115/fuso-puas-dengan-hasil-penjualan-januari-november-2018>

(diakses pada 22 Maret 2019)

<https://www2.udtrucks.com/id-id/service-and-parts/telematics-login>

(diakses pada 23 Maret 2019)

<https://astraudtrucks.co.id/page/pelayanan>

(diakses pada 23 Maret 2019)

<https://astraudtrucks.co.id/service/serahkan-semuanya-pada-kami-supaya-anda-tenang>

(diakses pada 23 Maret 2019)

<https://zefatsani.wordpress.com/2012/05/14/cara-membuat-diagram-kartesian-dengan-spss/>

(diakses pada 17 Mei 2019)