

# Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Integrasi *Importance Performance Analysis* dan Model KANO

Shanty Kusuma Dewi<sup>\*1)</sup>

<sup>1)</sup>Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Malang, Jl. Raya Tlogomas 246, Malang, 65144, Indonesia  
Email: shanty.kusumadewi@gmail.com

## ABSTRAK

Jumlah volume kendaraan roda empat yang semakin meningkat berimbas pada semakin berkembang pula jasa pendukung nya yaitu bengkel. Persaingan dalam bidang pelayanan menuntut perusahaan untuk memeberikan pelayan yang terbaik kepada pelanggan. Bengkel X diharapkan mampu memiliki pelayanan yang maksimal bagi pelanggan untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga pelanggan lama agar tetap mempercayakan perawatan mobil di bengkel XY. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui atribut pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan dan apakah pelanggan sudah puas terhadap pelayanan bengkel XY. Penilaian kualitas layanan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Model kano untuk mengetahui tingkat kepentingan dari atribut pelayanan yang diberikan. Hasil integrasi *Importance performance Analysis* dan model kano memberikan hasil bahwa terdapat 12 atribut masuk dalam kategori untuk dipertahankan dan sisanya sebanyak 10 atribut merupakan atribut yang perlu mendapatkan perhatian untuk ditingkatkan kinerjanya.

**Kata kunci:** *Importance Performance Analysis* (IPA), Kepuasan pelanggan, , Model Kano

## 1. Pendahuluan

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai tanggapan perilaku yang berupa evaluasi purna beli konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapan atau ekspektasi terhadap produk atau jasa tersebut (Nasution, 2010). Persaingan yang ketat antara tiap penyedia pelayanan jasa menyebabkan setiap jasa pelayanan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan. Di kota Malang sendiri banyak bengkel mobil dimana antara satu dengan yang lainnya terjadi persaingan dalam hal kualitas layanan yang diberikan. Oleh karena itu untuk bersaing dengan bengkel lainnya bengkel XY diharapkan mampu memiliki pelayanan yang maksimal bagi pelanggan untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga pelanggan lama agar tetap mempercayakan perawatan mobil di bengkel XY tersebut.

Kualitas layanan yang dapat memuaskan pelanggan terbukti dapat meningkatkan profitabilitas, sehingga dapat menjadi alat untuk keunggulan bersaing. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pembelian kembali, differensiasi layanan yang kompetitif *positive word of mouth* dan loyalitas pelanggan dan (Tjiptono, 2011). Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus berfokus pada kepuasan konsumen. Untuk dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan , dibutuhkan, dan diharapkan oleh konsumen maka dilakukan penelitian konsumen. Hal terebut dilakukan agar tidak terjadi perbedaan persepsi mengenai apa yang diberikan perusahaan kepada konsumen dengan apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan konsumen.

Jasa secara umum adalah dengan memberikan sesuatu pelayanan kepada orang lain yang membutuhkan pelayanan tersebut (Nugraha, dkk, 2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah atribut pelayanan yang sudah diberikan kepada pelanggan bengkel XY sudah memuaskan pelayanan bengkel XY. Analisis kualitas pelayanan pada penelitian ini menggunakan integrasi *Importance Performance Analysis* (IPA) dan model kano. *Importance-Performance Analysis* dipandang sebagai bagian dari teknik riset pemasaran yang melibatkan analisa sikap pelanggan terhadap atribut produk atau jasa yang menonjol dan membantu praktisi memprioritaskan peluang untuk memperbaiki atribut kualitas produk atau jasa secara langsung

(Wu et al, 2010). Sedangkan Kano untuk mengetahui tingkat kepentingan dari atribut pelayanan yang diberikan. Penelitian sebelumnya mengenai integrasi metode IPA dan model kano yang dilakukan oleh Balqis (2016), Indrasari (2015) dan Futhila, Lestari, Husna (2016) berhasil mengidentifikasi atribut pelayanan yang menjadi prioritas perbaikan serta atribut yang kurang optimal dan memberikan usulan perbaikan kualitas pelayanan pada perusahaan pelayanan jasa.

## 2. Metode

Variabel penelitian yang digunakan dalam kuesioner terakit dengan lima dimensi kualitas jasa dari Parasuraman dkk( 1988) antara lain : *tangibles* (bukti fisik) Bukti fisik dalam hal ini meliputi fasilitas fisik, peralatan dan penampilan karyawan atau personel dari penyedia layanan, *reliability* (reliabilitas) dalam hal ini berarti kemampuan penyedia layanan untuk meberikan pelayanan yang dijanjikan dengan akurat, *responsiveness* (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan penyedia layanan untuk membantu pelanggan dan memberikan respon permintaan pelanggan dengan segera, *assurance* (jaminan) merupakan pengetahuan dan kesopanan personel penyedia layanan serta kemampuannya dalam membangun kepercayaan dan keyakinan, *empathy* (empati) berkenaan dengan kepedulian dan pemberian perhatian personel atau karyawan bengkel XY kepada para pelanggan.

Penelitian yang dilakukan menggunakan instrumen kuesioner. Kuisisioner metode IPA berisi pertanyaan mengenai seberapa penting atribut pelayanan yang ada dibengkel XY, dengan memberikan penilaian kinerja karyawan bengkel XY serta kepentingannya. Sedangkan kuisisioner model kano berisi pertanyaan mengenai pelayanan bengkel XY yang dibagi dalam dua macam. Pertanyaan pertama merupakan pertanyaan yang bersifat positif (*functional*) dan pertanyaan kedua adalah bersifat negatif (*dysfunctional*). Atribut yang pertanyaan yang ditanyakan pada kuisisioner kano mempunyai kesamaan dengan atribut yang dipakai pada kuisisioner metode IPA. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengetahui kuisisioner sudah valid dan reliabel sebelum dilakukan pengolahan data. Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan software SPSS. Kuisisioner dikatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sedangkan kuisisioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai  $\alpha$  conbrach  $>$  0,7. (Ghozali, 2011)

Pengolahan data Metode IPA ini menggunakan data nilai rata – rata tingkat kepentingan dan kinerja tiap atribut, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja bengkel XY pada masing – masing atribut tersebut. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, di mana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang menunjukkan nilai kepuasan para konsumen, sedangkan Y merupakan tingkat kepentigan atribut pelyanan berdasarkan konsumen. Rumus yang digunakan sebagai berikut (Martilla dan James, 1977)

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (1)$$

Di mana:

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan konsumen

Selanjutnya, sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja/pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam menyederhanakan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah dengan rumus (Nasution, 2010):

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad (2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n} \quad (3)$$

Di mana :

$$\begin{aligned} \bar{X} &= \text{skor rata - rata tingkat pelaksanaan / kepuasan} \\ \bar{Y} &= \text{skor rata - rata tingkat kepentingan} \\ n &= \text{jumlah responden} \end{aligned}$$

Diagram kartesius merupakan suatu bagan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh 2 buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik – titik (X,Y), X merupakan rata – rata dari rata – rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan konsumen seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata – rata dari rata – rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Nilai dari pembatas masing masing kuadran didapatkan dari rumus berikut (Nasution, 2010):

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}_i}{K} \quad (4)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum \bar{Y}_i}{K} \quad (5)$$

Di mana K = banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selanjutnya, tingkat unsur – unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius yang terdiri dari empat kuadran yang masing-masing menjelaskan keadaan yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk mengetahui atribut – atribut yang berada di kuadran I, II, III dan IV dan mengetahui atribut yang menjadi prioritas utama (atribut yang berada di kuadran I).

Pengolahan data menggunakan metode kano ini bertujuan untuk menentukan kategori atribut. Cara perhitungan dan analisa menggunakan model Kano. Untuk cara perhitungan model Kano dapat digunakan tabel evaluasi kano pada tabel 1.

**Tabel 1.** Evaluasi Kano

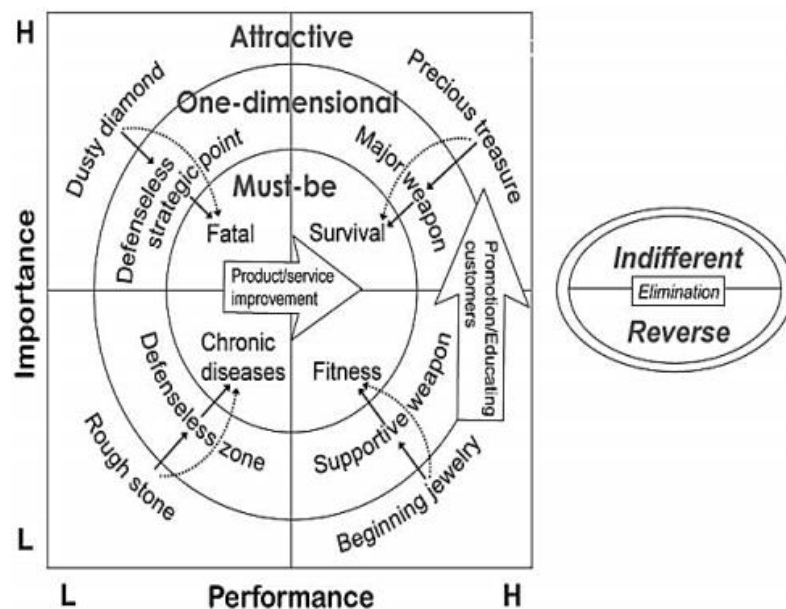
Kebutuhan Konsumen		<i>Dysfunctional</i>				
		1	2	3	4	5
		Suka	Mengharap	Netral	Toleransi	Tidak Suka
<i>functional</i>	1. suka	Q	A	A	A	O
	2.mengharap	R	I	I	I	M
	3.netral	R	I	I	I	M
	4.toleransi	R	I	I	I	M
	5.tidak suka	R	R	R	R	Q

Keterangan :Q = *Questionable* (diragukan), R = *Reserve* (kemunduran), A = *Attractive* (menarik), I = *Indifferent* (netral), O = *One dimensional* (satu ukuran), M = *Must be* (keharusan)

Setelah memetakan tiap atribut dari masing-masing responden, langkah selanjutnya adalah menentukan grade tiap atribut dari keseluruhan jumlah responden (jumlah sampel/n) pelanggan bengkel XY dengan menggunakan blauth's formula dalam Wijaya (2017) sebagaimana berikut: Jika (*one dimensional + attractive + must be*) > (*indifferent + reserve + questionable*) maka grade diperoleh dari yang paling maksimum dari (*one dimensional, attractive, must be*). Jika (*one dimensional + attractive + must be*) < (*indifferent + reserve + questionable*) maka grade diperoleh dari yang paling maksimum dari (*indifferent + reserve + questionable*)

Setelah diketahui atribut-atribut pada Importance Performance Matrix yang termasuk pada kuadran I, II, III dan IV serta diketahui atribut-atribut yang termasuk dalam kategori Kano, maka langkah selanjutnya adalah mengintegrasikan klasifikasi atribut berdasarkan kategori kano dengan identifikasi kuadran-kuadran pada *importance performance matrix*. Model integrasi yang dipakai pada penelitian ini menggunakan model yang diusulkan oleh (Kuo et al, 2012). Model ini merumuskan strategi pengembangan tiap-tiap atribut pelayanan. Prioritas pengembangan diperoleh dengan cara mengkombinasikan hasil klasifikasi matrik IPA dan klasifikasi model

Kano (indikator dengan kategori Kano *indifferent* atau *reverse* harus di eliminasi atau ditinjau ulang kembali) dari setiap atribut pelayanan dan mengklasifikasikannya kedalam 12 kategori dengan tingkat prioritas masing-masing. Hasil dari integrasi ini dapat mengetahui atribut layanan apa saja yang harus dipenuhi dan perlu untuk ditingkatkan agar kepuasan pelanggan dapat meningkat serta atribut yang harus dipertahankan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Model integrasi ini dapat dilihat pada gambar 1 (Indrisari, 2015).



Gambar 1. Model Integrasi IPA-Kano

### 3. Hasil dan Pembahasan

Perancangan kuisioner diawali dengan menentukan atribut pelayanan. Atribut ini dibagi kedalam 5 dimensi kualitas jasa yaitu bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*), kehandalan (*reliability*) dan jaminan (*assurance*). Atribut – atribut pelayanan ini diperoleh dari hasil wawancara terhadap responden serta dilakukan konsultasi dengan pihak perusahaan. Hasil wawancara tersebut menghasilkan 22 atribut pelayanan. Rancangan kuisioner kemudian diuji validitas dan reabilitas. Hasil dari uji validitas dinyatakan valid karena nilai  $r$  hitung dari semua atribut lebih besar dari  $r$  tabel. Hasil perhitungan uji reliabilitas dari kuisioner yang disebarkan didapatkan hasil nilai *alpha cronbach* sebesar 0,958 untuk kinerja dan 0.908 untuk kepentingan kuisioner IPA, dan untuk kusioner kano memiliki *alpha cronbach* sebesar 0,949. Nilai *alpha cronbach* diketahui  $> 0,70$  sehingga kuisioner dikatakan reliabel.

Perhitungan nilai rata – rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja atribut pelayanan berdasarkan persamaan 1 dan 2. Perhitungan ini dilakukan untuk mempermudah pengolahan data pada metode IPA. Hasil penilaian responden untuk tiap tiap atribut pelayanan dapat dilihat pada tabel 2.

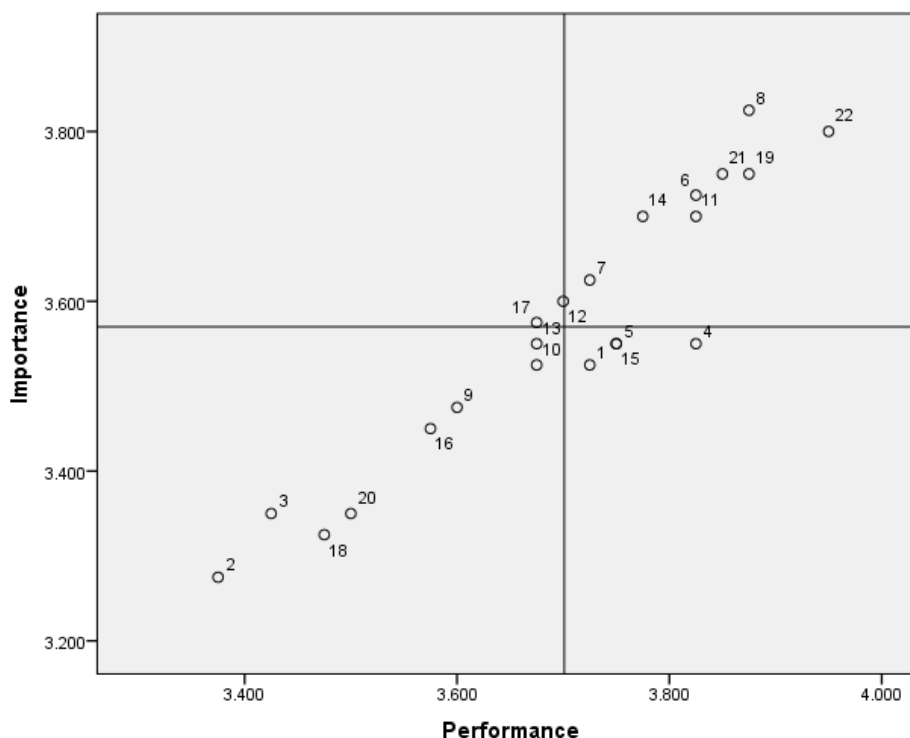
Tabel 2. Hasil Penilaian Atribut Pelayanan

No	Dimensi Kualitas	Atribut Pelayanan	Atribut Pelayanan	Tingkat kepentingan
1	Reliability (Kehandalan)	Ketepatan waktu pengerjaan servis dengan waktu yang dijanjikan	3,725	3,525
2		Ketersediaan stok <i>spare part</i> yang lengkap untuk perbaikan kendaraan	3,375	3,275

3		Kebersihan kendaraan setelah perbaikan servis oleh montir	3,425	3,35
4		Keahlian montir bengkel dalam mengerjakan reparasi kendaraan	3,825	3,55
5		Hasil servis sesuai dengan keluhan pelanggan	3,75	3,55
6	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	Kemampuan <i>staf</i> dalam berkomunikasi, menjawab pertanyaan atau keluhan pelanggan	3,825	3,725
7		Kesigapan montir dalam merespon keluhan pelanggan	3,725	3,625
8		Montir langsung melayani pelanggan yang datang	3,875	3,825
9		Kecepatan dalam mengerjakan servis	3,6	3,475
10	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Adanya garansi servis	3,675	3,525
11		Keamanan area parkir	3,825	3,7
12		<i>Spare part</i> asli dan terjamin	3,7	3,6
13		Ketepatan jam buka dan jam tutup pelayanan bengkel	3,675	3,55
14		Ketepatan kasir dalam melayani proses pembayaran	3,775	3,7
15	<i>Emphaty</i>	Ketersediaan data historis kendaraan pelanggan	3,75	3,55
16		Keramahan dan kesopanan <i>staf</i> dalam melayani pelanggan	3,575	3,45
17		<i>Staf</i> memberikan informasi tentang jasa yang ditawarkan	3,675	3,575
18		Kemampuan <i>staf</i> menjelaskan mengenai perbaikan, biaya dan estimasi waktu perbaikan kepada pelanggan	3,475	3,325
19	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Area parkir yang luas dan bersih	3,875	3,75
20		Kebersihan toilet	3,5	3,35
21		Kebersihan dan kerapian karyawan (pakaian seragam, bersih)	3,85	3,75
22		Ruang tunggu luas, bersih dan nyaman	3,95	3,8

Data yang sudah dikumpulkan dari kuesioner IPA kemudian diolah berdasarkan rumus pada persamaan 4 dan 5 sehingga didapat nilai  $\bar{y}$  sebesar 3,701 dan nilai  $\bar{x}$  sebesar 3,57. Nilai tersebut digunakan sebagai pembatas antara nilai  $\bar{y}$  dan  $\bar{x}$  yang berpotongan sehingga membentuk empat

bagian. Nilai rata – rata tingkat kepentingan dan nilai tingkat kinerja yang telah dihitung pada tabel 1 tersebut di jabarkan pada diagram kartesius. Hasil pemetaan dari tiap – tiap atribut dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Diagram Kartesius Dari Perhitungan Metode IPA

Penjabaran atribut pelayanan dilakukan untuk mengidentifikasi atribut – atribut pelayanan yang masuk kedalam empat kategori, antara lain : atribut yang harus ditingkatkan pelayanannya (*concentrate here*), dipertahankan (*keep the good work*), prioritas rendah (*low priority*), dan pelayanan yang berlebihan (*possible overskill*). Hasil dari pembagian masing – masing kuadran dapat dilihat pada gambar 2. Kuadran A (prioritas utama/ *concentrate here*), Kuadran B (dipertahankan /*keep the good work*), Kuadran C (prioritas rendah /*low priority*), Kuadran D (pelayanan yang berlebihan /*possible overskill*). Hasil pengumpulan data kuesioner kano yang telah ditabulasi berdasarkan kategori *attractive, must be, one dimensional, indifferent, questionable* dan *reserve* sesuai cara pada tabel 1. Rekapitulasi untuk menentukan kategori kano untuk tiap atribut pelayanan sesuai dengan blauth's formula sehingga didapatkan hasil pada tabel 3.

Tabel 3. Kategori Atribut Pelayanan Berdasarkan Model Kano

No	Atribut Pelayanan	Grade
1	Ketepatan waktu pengerjaan servis dengan waktu yang dijanjikan	O
2	Ketersediaan stok <i>spare part</i> yang lengkap untuk perbaikan kendaraan	O
3	Kebersihan kendaraan setelah perbaikan servis oleh montir	M
4	Keahlian montir bengkel dalam mengerjakan reparasi kendaraan	M
5	Hasil servis sesuai dengan keluhan pelanggan	M

6	Kemampuan <i>staf</i> dalam berkomunikasi, menjawab pertanyaan atau keluhan pelanggan	O
7	Kesigapan montir dalam merespon keluhan pelanggan	M
8	Montir langsung melayani pelanggan yang datang	M
9	Kecepatan dalam mengerjakan servis	M
10	Adanya garansi servis	A
11	Keamanan area parker	A
12	<i>Spare part</i> asli dan terjamin	M
13	Ketepatan jam buka dan jam tutup pelayanan bengkel	A
14	Ketepatan kasir dalam melayani proses pembayaran	A
15	Ketersediaan data historis kendaraan pelanggan	O
16	Keramahan dan kesopanan <i>staf</i> dalam melayani pelanggan	O
17	<i>Staf</i> memberikan informasi tentang jasa yang ditawarkan	M
18	Kemampuan <i>staf</i> menjelaskan mengenai perbaikan, biaya dan estimasi waktu perbaikan kepada pelanggan	M
19	Area parkir yang luas dan bersih	O
20	Kebersihan toilet	O
21	Kebersihan dan kerapian karyawan (pakaian seragam, bersih)	O
22	Ruang tunggu luas, bersih dan nyaman	M

Setelah didapat hasil klasifikasi dari 2 metode yaitu *Importance performance analysis* dan model kano telah diperoleh, maka selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan IPA – Kano seperti yang dijelaskan pada gambar 1. Setelah mendapat kategori dengan integrasi *importance performance analysis* dan model kano selanjutnya akan dikelompokkan berdasarkan atribut mana yang hanya perlu dipertahankan yang berarti pelayanannya dirasa sudah cukup dan atribut mana yang perlu ditingkatkan yang berarti bahwa atribut tersebut perlu mendapat perhatian agar bisa meningkat kinerjanya. Pengkategorian atribut – Atribut berdasarkan integrasi *importance performance analysis* dan model kano dapat dilihat pada tabel 4.

**Tabel 4.** Keputusan atribut masuk dipertahankan atau ditingkatkan

Atribut ke-	Atribut	IPA	Kano	IPA - Kano	Keputusan
7	Kesigapan montir dalam merespon keluhan pelanggan	II	M	<i>Survival</i>	Dipertahankan 1
8	Montir langsung melayani pelanggan yang datang	II	M		
22	Ruang tunggu luas, bersih dan nyaman	II	M		
4	Keahlian montir bengkel dalam mengerjakan reparasi kendaraan	IV	M	<i>Fitness</i>	Dipertahankan 2

5	Hasil servis sesuai dengan keluhan pelanggan	IV	M		
3	Kebersihan kendaraan setelah perbaikan servis oleh montir	III	M	<i>Chronic Disease</i>	Ditingkatkan 2
9	Kecepatan dalam mengerjakan servis	III	M		
18	Kemampuan <i>staf</i> menjelaskan mengenai perbaikan, biaya dan estimasi waktu perbaikan kepada pelanggan	III	M		
12	<i>Spare part</i> asli dan terjamin	I	M	<i>Fatal</i>	Ditingkatkan 1
17	<i>Staf</i> memberikan informasi tentang jasa yang ditawarkan	I	M		
6	Kemampuan <i>staf</i> dalam berkomunikasi, menjawab pertanyaan atau keluhan pelanggan	II	O	<i>Major Weapon</i>	Dipertahankan 3
19	Area parkir yang luas dan bersih	II	O		
21	Kebersihan dan kerapian karyawan (pakaian seragam, bersih)	II	O		
1	Ketepatan waktu pengerjaan servis dengan waktu yang dijanjikan	IV	O	<i>Supportive Weapon</i>	Dipertahankan 4
15	Ketersediaan data historis kendaraan pelanggan	IV	O		
2	Ketersediaan stok <i>spare part</i> yang lengkap untuk perbaikan kendaraan	III	O	<i>Defenseless Zone</i>	Ditingkatkan 4
16	Keramahan dan kesopanan <i>staf</i> dalam melayani pelanggan	III	O		
20	Kebersihan toilet	III	O		
11	Keamanan area parkir	II	A	<i>Precious Treasure</i>	Dipertahankan 5
14	Ketepatan kasir dalam melayani proses pembayaran	II	A		
10	Adanya garansi servis	III	A	<i>Rough Stone</i>	Ditingkatkan 6



13	Ketepatan jam buka dan jam tutup pelayanan bengkel	I	A	<i>Dusty Diamond</i>	Ditingkatkan 5
----	--	---	---	----------------------	----------------

Dari tabel 5 sudah didapatkan kategori hasil integrasi IPA dan model kano. Penjelasan untuk tiap kategori adalah sebagai berikut :

1. **Kategori Survival** : Kategori *survival* adalah kategori yang digunakan untuk atribut dengan kinerja yang tinggi, harapan yang tinggi (kuadran II IPA) dan termasuk kategori Kano “*Must-be*”. Atribut pelayanan yang masuk dalam kategori ini harus terus dijaga agar tingkat kinerjanya tidak menurun. Penurunan kinerja pelayanan dapat meningkatkan nilai ketidakpuasan pasien terhadap bengkel XY. Berdasarkan hasil analisis diperoleh 3 atribut yang masuk dalam kategori *survival*, yaitu kesigapan montir dalam merespon keluhan pelanggan, montir langsung melayani pelanggan yang datang dan ruang tunggu luas, bersih dan nyaman
2. **Kategori Fatal** : Kategori *fatal* adalah kategori yang digunakan untuk jenis atribut pelayanan dengan kinerja pelayanan yang rendah, sedangkan harapannya tinggi (kuadran I IPA) dan masuk kategori Kano “*Must-be*”. Atribut pelayanan yang berada pada kategori ini harus segera diperbaiki dan ditingkatkan kinerjanya, sehingga tidak berakibat menurunnya kepuasan pelanggan secara *fatal*. Atribut dalam kategori ini tidak diragukan lagi dapat menyebabkan kematian perusahaan sehingga harus diberi prioritas tinggi. Terdapat 2 atribut yang masuk dalam kategori *fatal*, yaitu: *Spare part* asli dan terjamin serta *staf* memberikan informasi tentang jasa yang ditawarkan.
3. **Kategori Chronic Disease** : Kategori *chronic disease* adalah kategori yang digunakan untuk atribut pelayanan dengan kinerja pelayanan yang rendah, harapan yang rendah pula (kuadran III IPA) dan termasuk kategori Kano “*Must-be*”. Atribut yang masuk dalam kategori ini seharusnya segera ditingkatkan dengan prioritas kedua setelah atribut pelayanan dengan kategori *fatal* diperbaiki kinerjanya, karena meskipun atribut dalam kategori ini relatif tidak penting tetapi dapat membuat kehilangan pelanggan, pelanggan mungkin tidak mengeluh tentang kualitas yang buruk dari atribut ini dan segera pergi ketika kualitas yang buruk terjadi pada pertama kalinya, tapi pelanggan sudah memilih untuk mempertahankan ketidakpuasan mereka dan menolak untuk kembali. Seperti penyakit kronis, atribut ini tidak segera terdeteksi. Atribut ini biasanya tetap belum ditemukan sampai mereka menjadi fatal. Hasil analisis terdapat 3 atribut pelayanan yang termasuk kategori *chronic disease* yaitu: Kebersihan kendaraan setelah perbaikan servis oleh montir, kecepatan dalam mengerjakan servis dan kemampuan *staf* menjelaskan mengenai perbaikan, biaya dan estimasi waktu perbaikan kepada pelanggan.
4. **Kategori Fitness** : Kategori keempat yang berada pada kategori Kano “*Must-be*” adalah *fitness*. Atribut dalam kategori ini memiliki kinerja yang tinggi, sedangkan tingkat kepentingannya rendah (kuadran IV IPA). Strategi yang dapat diterapkan untuk menjaga kepuasan konsumen agar kinerjanya tidak turun menjadi kategori *chronic di sease*. Ada 2 atribut yang termasuk kategori ini yaitu : Keahlian montir bengkel dalam mengerjakan reparasi kendaraan dan hasil servis sesuai dengan keluhan pelanggan.
5. **Kategori Major weapon**: Kategori *Major weapon* ini digunakan untuk atribut dengan kinerja yang tinggi, harapan yang tinggi (kuadran II IPA) dan termasuk kategori Kano “*one-dimensional*”. Atribut dalam kategori ini adalah seperti senjata utama yang perusahaan gunakan untuk mengusir saingan. Perusahaan perlu melakukan upaya untuk mempertahankan kinerja yang baik dari atribut yang menjadi saingan berat bagi kompetitor setiap saat, kategori ini merupakan atribut yang harus di pertahankan kinerjanya ketiga setelah dua kategori yang perlu dipertahankan sebelumnya. Ada 3 atribut yang termasuk

kategori ini yaitu: Area parkir yang luas dan bersih, kemampuan *staf* dalam berkomunikasi, menjawab pertanyaan atau keluhan pelanggan dan Kebersihan dan kerapian karyawan (pakaian seragam, bersih) .

6. **Kategori *Supportive Weapon*** : Kategori *Supportive Weapon* adalah kategori yang memiliki kinerja yang tinggi, sedangkan tingkat kepentingannya rendah (kuadran IV IPA). Atribut dalam kategori ini memiliki karakteristik yang mirip dengan “*major weapon*” atau senjata utama, akan tetapi masih dibawahnya dan tidak begitu berpengaruh. Oleh karena itu atribut dalam kategori ini dapat disebut senjata mendukung dalam hal bersaing dengan kompetitor. Ada 2 atribut dalam kategori ini yaitu: Ketepatan waktu pengerjaan servis dengan waktu yang dijanjikan dan ketersediaan data historis kendaraan pelanggan.

7. **Kategori *Defenseless zone*** : Kategori *Defenseless zone* adalah kategori yang digunakan untuk atribut pelayanan dengan kinerja pelayanan yang rendah, harapan yang rendah pula (kuadran III IPA) dan termasuk kategori Kano “*one-dimensional*”. Atribut yang berada dikategori ini merupakan atribut tidak begitu penting tetapi tetap menjadi titik lemah, akibatnya perbaikanpun tetap diperlukan. Ada 3 atribut dalam kategori ini yaitu: Keramahan dan kesopanan *staf* dalam melayani pelanggan, Ketersediaan stok *spare part* yang lengkap untuk perbaikan kendaraan, dan kebersihan toilet.

8. **Kategori *Precious treasure*** : Kategori *Precious treasure* ini digunakan untuk atribut dengan kinerja yang tinggi, harapan yang tinggi (kuadran II IPA) dan termasuk kategori Kano “*Attractive*”. Atribut dalam kategori ini adalah menarik untuk pelanggan, dan dengan demikian menjadi harta berharga bagi perusahaan. Atribut dalam kategori ini urutan ke-4 untuk dipertahankan. Ada 2 atribut dalam kategori ini yaitu: Keamanan area parkir dan ketepatan kasir dalam melayani proses pembayaran.

9. **Kategori *Rough stone*** : Kategori *Rough stone* adalah kategori yang digunakan untuk atribut pelayanan dengan kinerja pelayanan yang rendah, harapan yang rendah pula (kuadran III IPA) dan termasuk kategori Kano “*Attractive*”. Kategori ini merupakan prioritas terakhir untuk ditingkatkan dengan syarat sumberdaya memungkinkan. Ada 1 atribut dalam kategori ini yaitu : Adanya garansi servis.

10. **Kategori *Dusty Diamond*** : Kategori *Dusty diamond* adalah kategori yang digunakan untuk jenis atribut pelayanan dengan kinerja pelayanan yang rendah, sedangkan harapannya tinggi (kuadran I IPA) dan masuk kategori Kano “*Attractive*”. Atribut kategori ini seperti berlian yang tertutup, dan perlu buka (diperbaiki) untuk bisa melihatnya. Atribut dalam kategori ini menjadi sangat penting dan meningkatkan kinerja secara efektif dan dapat menarik pelanggan. Ada 1 atribut dalam kategori ini yaitu : ketepatan jam buka dan jam tutup pelayanan bengkel.

#### 4. Simpulan

Setelah mendapat kategori sesuai dengan integrasi *Importance performance Analysis* dan model kano maka dari 22 atribut tersebut akan diketahui atribut mana yang perlu dipertahankan, yang berarti sudah baik dalam hal pelayanannya, dan atribut mana yang perlu ditingkatkan pelayanannya. Hasil integrasi *Importance performance Analysis* dan model kano memberikan hasil bahwa terdapat 12 atribut masuk dalam kategori untuk dipertahankan dan sisanya sebanyak 10 atribut merupakan atribut yang perlu mendapatkan perhatian untuk ditingkatkan kinerjanya.

Adapun poin yang masuk dalam kategori dipertahankan mengenai kesigapan montir dalam merespon keluhan pelanggan, pelayanan langsung montir saat pelanggan datang, ruang tunggu yang luas, bersih, dan nyaman, keahlian montir dalam mengerjakan reparasi kendaraan, hasil *service* yang sesuai keluhan, kemampuan *staf* dalam berkomunikasi kepada pelanggan, area parkir yang luas dan bersih, kebersihan dan kerapian pelanggan, ketepatan waktu pengerjaan

*service* sesuai perjanjian, ketersediaan data historis pelanggan, keamanan area parkir, dan juga ketepatan kasir dalam proses pembayaran.

Dan berikut poin yang harus ditingkatkan oleh bengkel adalah kebersihan kendaraan setelah *diservice*, kecepatan dalam pengerjaan, kemampuan penjelasan mengenai perbaikan, biaya, estimasi waktu selama perbaikan kepada pelanggan, penggunaan *spare part* yang asli dan terjamin, pemberitahuan mengenai informasi tentang jasa yang diberikan oleh *staf*, ketersediaan stok *spare part* yang lengkap untuk perbaikan, keramahan dan kesopanan *staf* dalam melayani pelanggan, kebersihan toilet, adanya garansi *service*, dan juga ketepatan jam buka ataupun tutup pelayanan bengkel.

### Daftar Pustaka

- Balqis, C. (2016). Analisa Kualitas Pelayanan Pembayaran Dana Pensiun Menggunakan Integrasi Importance Performance Analysis dan Model Kano pada Bank BTPN Kertajaya Surabaya. *Surabaya : Universitas Airlangga*.
- Fudhila, S.A., Lestari, R., husna, R. (2016). Integrasi Metode Importance Performance Analysis dan Model kano Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus: Perpustakaan Universitas Andalas). *Jurnal Matematika UNAND*.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19-5/E*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indrasari, A. (2015). Integrasi Metode IPA dan Model Kano Dalam Pengembangan Kualitas Pelayanan Perpustakaan. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, Vol. 3, No. 1.
- Kuo, Y. -F., Chen, J. -Y. and Deng, W. -J. (2012). IPA-Kano model: *A new tool for categorizing and diagnosing service quality attributes*, *Total Quality Management & Business Excellence*,
- Martilla, J.A., & James, J.C. (1977) Importance Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 41.
- Nasution, M. N. (2010). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 12.
- Qiting, P., Uno, N., & Kubota, Y. (2013). Kano Model Analysis of Customer Needs and Satisfaction at the Shanghai Disneyland. :*Kyoto University*
- Wijaya, T. (2017). *Manajemen Kualitas Jasa Edisi 2*. Jakarta : PT. Indeks
- Wu, H., Tang, Y., Shyu, J. (2010) An Integrated Approach of Kano's Model and Importance Performance Analysis in Identifying Key Success Factors. *African jurnal of Business Management*. Vol.4(, No. 15, pp.3238-3250.
- Wu, C.-T., Wang, M.-T., Liu, N.-T., & Pan, T.-S. (2015). Developing a Kano-based evaluation model for innovation design. *Mathematical Problems in Engineering*.
- Yamit, Z. (2004). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonista.