

ANALISIS DIMENSI SERVQUAL DALAM IMPLEMENTASI KUALITAS LAYANAN (Studi Kasus PT. Wahana Sumber Baru Jogjakarta - Nissan Magelang)

Ayu Permata Kusuma Wardhani¹⁾, Budi Rahardjo²⁾
Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar
ayupermata14.ap@gmail.com

Abstract

The Nissan Magelang dealer under PT Wahana Sumber Baru Jogjakarta is a private company engaged in the automotive sector which provides car service services and Nissan and Datsun car showrooms. Nissan Magelang is included in the companies that provide services, so Nissan Magelang must always ensure that customers are satisfied with the services provided. There are several factors that influence customer satisfaction, namely: Product Quality, Service Quality, Emotional, Price, and Cost. Which means service quality is one of the factors that influence customer satisfaction. This study aims to determine the implementation of service quality at Nissan Magelang through SERVQUAL dimension analysis. The research method used is qualitative research. The results of this study state that service quality implementation at Nissan Magelang based on the SERVQUAL dimension is already good.

Keyword: Satisfaction; Service Quality; SERVQUAL

Abstrak

Dealer Nissan Magelang yang bernaung dibawah PT Wahana Sumber Baru Jogjakarta merupakan perusahaan swasta yang bergerak pada bidang otomotif yang menyediakan layanan servis mobil dan *showroom* mobil Nissan dan Datsun. Nissan Magelang termasuk dalam perusahaan yang memberikan layanan, maka Nissan Magelang harus selalu memastikan bahwa pelanggan puas dengan layanan yang diberikan. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, dan Biaya . Yang berarti kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi kualitas layanan pada Nissan Magelang melalui analisis dimensi SERVQUAL. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa impementasi kualitas layanan pada Nissan Magelang berdasarkan dimensiSERVQUAL sudah bagus.

Kata kunci: Kepuasan; Kualitas Layanan; SERVQUAL

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, cara hidup masyarakat mengalami perubahan budaya dan perilaku yang cenderung kearah konsumtif. Budaya konsumtif masyarakat mengakibatkan meningkatnya permintaan akan suatu produk yang dibutuhkan untuk memenuhi hasrat/keinginan konsumen tersebut. Hal ini memberikan peluang bagi produsen baru untuk masuk dan memenuhi permintaan konsumen dengan menciptakan suatu produk pengganti atau menawarkan produk yang sama, namun dengan kualitas atau harga yang bersaing untuk mendapatkan konsumen. Tidak dipungkiri bahwa seiring meningkatnya tingkat konsumtif manusia, maka semakin meningkat pula persaingan usaha sebagai akibat dari pihak-pihak yang memanfaatkan situasi tersebut untuk membuka usaha yang sama. Sehingga para pelaku usaha berlomba - lomba untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggannya. Pelanggan dikatakan loyal apabila melakukan pembelian atau memakai produk yang sama lebih dari satu kali. Loyalitas (*Loyalty*) sendiri merupakan komitmen untuk membeli maupun mendukung kembali di masa depan, produk atau jasa yang mereka sukai meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi dapat menyebabkan pelanggan beralih (Kotler dan Keller, 2009). Loyalitas pelanggan akan tercipta jika pelanggan merasa cocok atau merasakan kesesuaian antara apa yang diharapkan dengan apa yang dirasakan setelah memakai atau menggunakan suatu produk. Sehingga, loyalitas akan tercipta saat pelanggan merasa puas. Definisi dari kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan kecewa maupun senang seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil dari suatu produk yang diharapkan dengan kinerja atau hasil yang dipikirkan (Kotler,2006). Terdapat beberapa faktor yang dapat

mengakibatkan terciptanya kepuasan pelanggan. Lima faktor utama kepuasan konsumen yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, Harga, dan Biaya (Lupiyoadi,2001). Kualitas (*quality*) merupakan keseluruhan fitur dan karakteristik jasa atau produk, bergantung pada kemampuan produk tersebut untuk dapat memuaskan kebutuhan yang dinyatakan (Kotler dan Keller, 2009). Usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan juga ketepatan dalam penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen disebut sebagai kualitas pelayanan (Tjiptono,2007). Tercapainya kepuasan dari pelanggan dan loyalitas dari pelanggan merupakan hasil kontribusi positif dari pengelolaan kualitas layanan dengan tepat (Tjiptono,2007). Pernyataan tersebut dibuktikan dengan penelitian yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Putra,dkk,2018). Maksud dari pernyataan tersebut adalah kualitas layanan terbukti berkontribusi terhadap terciptanya kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta kualitas layanan terbukti berkontribusi terhadap terciptanya loyalitas pelanggan. Sehingga setiap usaha harus memperhatikan faktor tersebut, tidak terkecuali dalam usaha otomotif.

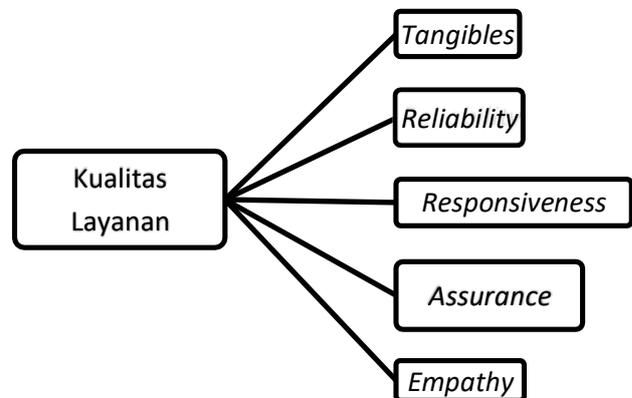
Dalam Kualitas Layanan sendiri dikenal adanya dimensi SERVQUAL (*Service Quality*) yang merupakan model pengukuran kualitas layanan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis yang melaksanakan kegiatan magang pada Nissan Magelang berniat untuk melakukan penelitian pada perusahaan tersebut. Guna

mengetahui implementasi teori SERVQUAL yang telah dipelajari di perkuliahan dengan keadaan nyata dilapangan. Mengacu pada penelitian yang dilakukan Putra,dkk (2018) dan penjelasan mengenai kualitas layanan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang Implementasi Kualitas Layanan pada PT Wahana Sumber Baru Jogjakarta - Nissan Magelang dengan menggunakan Analisis Dimensi SERVQUAL

Kerangka Teoritis

5 dimensi Kualitas Pelayanan (Kotler & Keller, 2012), yaitu: (1) Keandalan yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat ; (2) Responsivitas yaitu kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu; (3) Jaminan yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan;

(4) Empati yaitu kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan; (5) Wujud yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan bahan komunikasi. Apabila suatu layanan kualitasnya dikatakan baik, maka layanan tersebut sudah pasti mencapai kepuasan pelanggannya. Hal ini berlaku juga untuk perusahaan jasa seperti Nissan. Untuk mengetahui apakah layanan yang terdapat pada Nissan Magelang sudah baik atau belum, maka kualitas layanannya harus diukur. Kualitas Layanan dalam suatu layanan dapat diukur dengan dimensi SERVQUAL, sehingga kerangka teoritis penelitian ini digambarkan pada grafik berikut :



Sumber : Kotler & Keller (2012)

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, dengan studi kasus pada layanan Nissan Magelang yang diukur menggunakan dimensi SERVQUAL. Penelitian kualitatif, merupakan penelitian yang mengkaji perspektif partisipan menggunakan berbagai strategi sifatnya fleksibel dan interaktif (Sugiyono, 2012). Penelitian kualitatif diperuntukkan untuk memahami fenomena sosial yang dilihat berdasarkan pandangan dari partisipan. Pada penelitian kualitatif tidak ada istilah populasi, sampel dalam penelitian kualitatif tidak disebut responden melainkan narasumber, partisipan atau informan (Sugiyono, 2012). Narasumber pada penelitian ini adalah karyawan Nissan Magelang bagian CRO (*Customer Relation Officer*). Untuk menunjang penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan CRO (*Customer Relation Officer*) Nissan Magelang yang berkaitan dengan pelayanan pelanggan. Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara secara mendalam atau *In-depth Interview*. Pengumpulan data dengan teknik

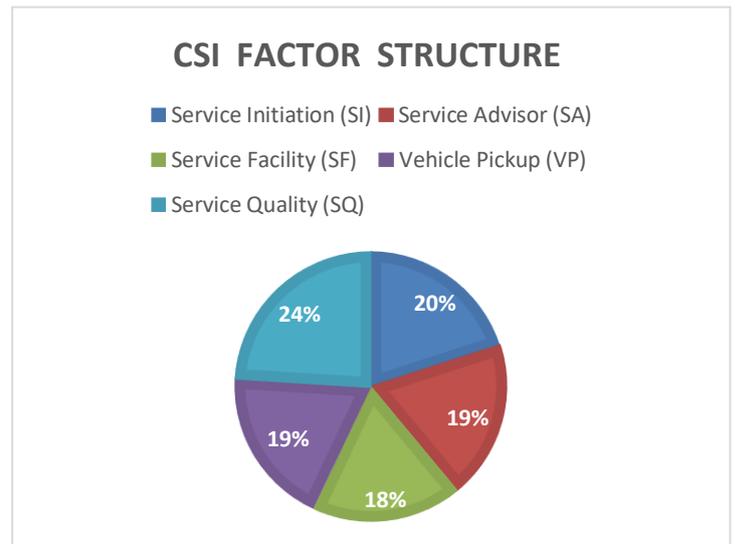
observasi dan wawancara merupakan cara utama sekaligus ciri khas penelitian kualitatif (Nugrahani,2014). Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder yang diberikan kepada pengumpul data, yang dapat diperoleh melalui orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono,2010). Sumber data sekunder yang ada dalam penelitian ini menggunakan kajian literature, jurnal, dan data yang diperoleh dari Nissan Magelang maupun internet.

Penelitian dilakukan selama kurang lebih satu bulan.

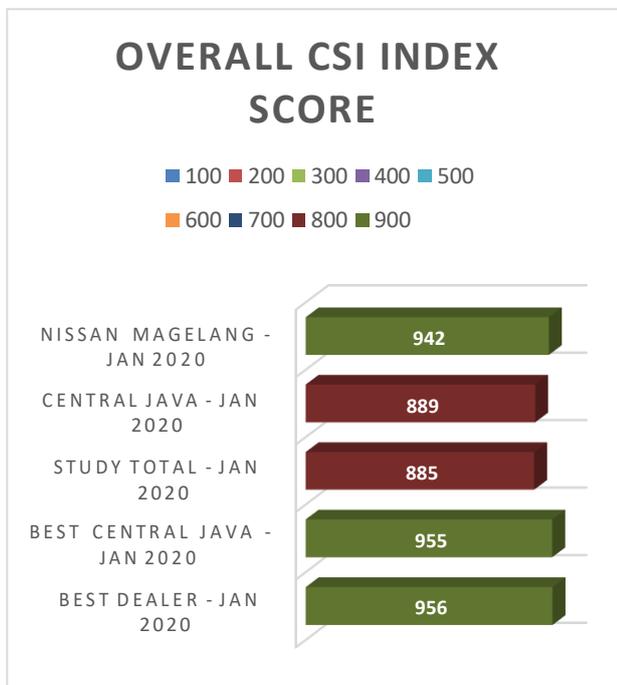
HASIL DAN PEMBAHASAN

Loyalitas pelanggan sebagai hasil dari kepuasan pelanggan adalah tujuan dari setiap perusahaan, karenanya setiap perusahaan akan berusaha menyediakan dan memberikan layanan yang terbaik untuk pelanggannya. Nissan Magelang juga menerapkan hal ini untuk memuaskan pelanggannya. Nissan Magelang sendiri telah berhasil memberikan kepuasan bagi pelanggannya, yang dapat dilihat pada grafik Indeks Kepuasan Pelanggan berikut :

Pada bulan Januari 2020, Nissan mendapatkan penilaian kepuasan pelanggan sebesar 942. Nilai tersebut lebih tinggi dibanding dengan nilai rata rata nasional sebesar 885. Hali ini membuktikan bahwa Nissan Magelang berhasil memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan Nissan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut :



Sumber : Nissan Magelang



Sumber : Nissan Magelang

Service Initiation (SI)

(1) Inisiasi layanan (memulai servis) yang diberikan Service Advisor secara keseluruhan - (3.97%); (2) Kemudahan menghubungi dealer untuk membuat service appointment/booking (melalui telepon, sms, dll) -(3.90%); (3)Ketersediaan jadwal service appointment/booking sesuai yang diinginkan – (4.072%); (4) Lama waktu hingga kendaraan diserahkan untuk servis (hingga menerima form Repair Order) -(4.05%); (5) Kenyamanan jam operasional untuk servis kendaraan -(4.01%)

Service Advisor (SA)

(1) Kepuasan terhadap Service Advisor secara keseluruhan -(3.39%); (2) Kesopanan dan keramahan dari Service Advisor -(3.39%); (3) Ketanggapan Service Advisor dalam menindaklanjuti permintaan Anda -(3.42%); (4) Kelengkapan penjelasan dari Service Advisor (penerimaan dan penyerahan) -(2.76%); (5)

Service advisor mengulangi keluhan anda untuk memastikan hal-hal yang perlu diperbaiki. – (1.24%); (6) Service advisor aktif menginformasikan status servis kendaraan anda- (1.03%); (7) Service advisor memberikan penjelasan terkait servis yang telah dilakukan- (2.08%); (8) Service advisor mereview pekerjaan servis pada kendaraan -(1.37%); (9) Pemeriksaan kendaraan oleh service advisor- (0.32%)

Service Facility (SF)

(1) Pelayanan fasilitas pada dealer secara keseluruhan -(5.31%); (2) Kemudahan untuk mengemudikan kendaraan di area dealer – (4.27%); (3) Kenyamanan lokasi dealer – (2.99%); (4) Kebersihan tempat dealer – (5.41%); (5) Kenyamanan dari area tempat tunggu (ketersediaan tempat duduk, tv, internet, makanan dan minuman) –(0.02%)

Vehicle Pickup (VP)

(1) Proses pengambilan kendaraan dari dealer secara keseluruhan -(6.32%); (2) Lama waktu untuk proses pengambilan (Menunggu untuk dilayani, menyelesaikan dokumen dan mengambil kendaraan) –(5.53%); (3) Kewajaran biaya servis –(1.36%); (4) Bantuan dari pegawai saat proses pengambilan (membantu mencari kendaraan, membuat pembayaran dll) –(5.78%)

Service Quality (SQ)

(1) Kualitas pekerjaan yang dilakukan pada kendaraan Anda secara keseluruhan -(7.27%); (2) Total waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan servis kendaraan Anda – (6.40%); (3) Ketuntasan dari pekerjaan servis/ perbaikan yang dilakukan –(7.35%); (4) Kondisi/ kebersihan dari kendaraan saat dikembalikan –(2.98%)

Keterangan tersebut membuktikan bahwa kepuasan pelanggan Nissan tercipta karena layanan yang diberikan. Suatu layanan perlu diukur kualitasnya, pengukuran kualitas layanan dapat menggunakan dimensi SERVQUAL. Hasil pengukuran Kualitas Layanan Nissan

Magelang menggunakan dimensi SERVQUAL sebagai berikut :

Tangibles (bukti terukur)

Tangibles adalah kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Fasilitas disediakan untuk pelanggan salah satunya adalah ruang tunggu yang diperuntukkan bagi pelanggan selama menunggu proses servis kendaraan berlangsung. Ruang tunggu tersebut didesain sedemikian rupa agar pelanggan merasa nyaman berada diruangan tersebut. Nissan Magelang melengkapai ruang tunggu tersebut dengan berbagai fasilitas seperti TV, *Free Wifi*, *coffee maker*, AC, serta berbagai macam makanan ringan dan minuman yang tentunya disediakan gratis untuk pelanggan setiap harinya. Untuk pelanggan yang lebih suka membaca dibanding menonton TV, diruangan ini juga disediakan koran dan katalog tentang produk Nissan dan Datsun, sehingga pelanggan dapat mengetahui jika ada mobil keluaran terbaru beserta spesifikasinya.

Nissan menyediakan ruangan khusus anak atau *Play Ground* yang disediakan secara gratis untuk pelanggan. Ruangan ini terpisah dari ruang tunggu, sehingga pelanggan tidak perlu khawatir akan mengganggu kenyamanan pelanggan lain. Di tempat ini juga disediakan berbagai mainan untuk anak-anak.

Setiap ruangan yang ada di Nissan selalu dijaga kebersihannya, baik toilet, ruang tunggu, maupun area bermain anak. Karena Nissan sendiri memiliki prosedur kebersihan 5S yang harus dilaporkan tiap minggunya pada hari Jumat. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan, narasumber menyebutkan 5S adalah : (1) Seiri (Ringkas) adalah kegiatan menyingkirkan barang-barang yang tidak diperlukan sehingga segala barang yang ada di lokasi kerja hanya barang yang benar-benar dibutuhkan dalam aktivitas kerja; (2) Seiton (Rapi) yang berarti segala sesuatu harus diletakkan sesuai posisi yang diterapkan sehingga siap digunakan pada saat diperlukan; (3) Seiso (Resik) adalah kegiatan membersihkan

peralatan dan daerah kerja sehingga segala peralatan kerja tetap terjaga dalam kondisi yang baik; (4) Seiketsu (Rawat) yaitu kegiatan menjaga kebersihan pribadi sekaligus mematuhi ketiga tahap sebelumnya; (5) Shitsuke (Rajin) merupakan pemeliharaan kedisiplinan pribadi masing-masing pekerja dalam menjalankan seluruh tahap 5S.

Nissan memperhatikan penampilan karyawannya, dengan selalu dituntut untuk berpenampilan rapi, baik dari kepala cabang hingga *office boy* tanpa terkecuali. Diterapkan juga SOP mengenai seragam untuk beberapa bagian yang berinteraksi secara langsung dengan pelanggan yaitu karyawan bagian *front liner* seperti sales, CRO (*Customer Relation Officer*), *Service Advisor*, dan Teknisi. Hal ini bertujuan agar pelanggan lebih nyaman dalam berinteraksi dengan karyawan Nissan dan mudah mengenali lawan bicaranya.

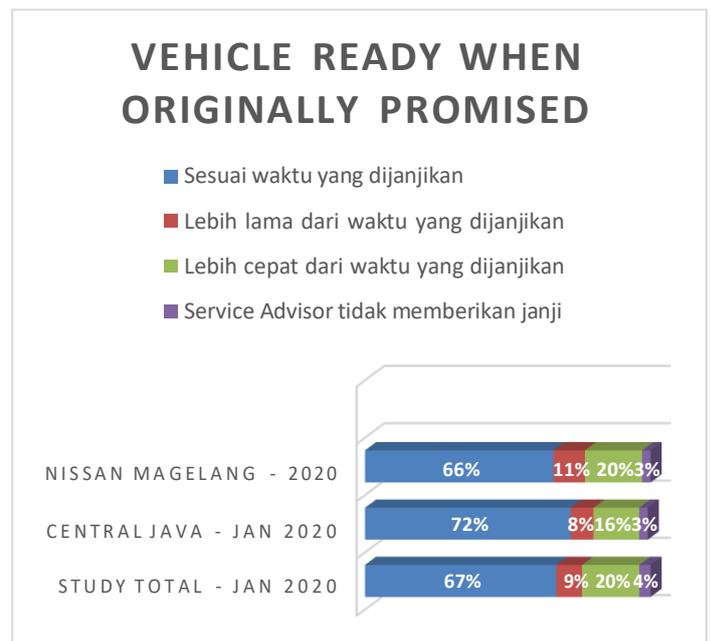
Reliability (keandalan)

Reliability adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang perusahaan janjikan kepada pelanggan. Dari janji yang diberikan akan muncul harapan dari pelanggan bahwa apa yang mereka dapat sesuai dengan janji yang diberikan perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan, maka perusahaan dapat dikatakan andal. Teknisi Nissan memiliki Tritusin PT. INDOMOBIL NISSAN yaitu : TEPAT, CEPAT, BERSIH.

Dari situ dapat kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan servis, teknisi Nissan akan : (1) Bekerja dengan tepat sesuai dengan prosedur yang ditetapkan oleh Nissan; (2) Bekerja dengan cepat dalam memberikan layanan , teknisi akan berusaha menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada pelanggan; (3) Hasil dari kerja teknisi Nissan bersih, yang dimaksud bukan hanya bersih secara kebersihan, akan tetapi hasil kerjanya pun baik dan tuntas.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti, narasumber menyatakan bahwa pelayanan

servis kendaraan untuk konsumen dilakukan secara kondisional. Estimasi waktu untuk pelayanan servis juga selalu ditentukan, akan tetapi kembali lagi kepada kondisi masing-masing mobil karena tiap mobil memiliki kerusakan dan permasalahan yang berbeda-beda. Waktu penyelesaian pengerjaan tidak selalu tepat sesuai dengan estimasi waktu yang diperkirakan, terkadang dapat lebih cepat selesai atau sebaliknya. Seperti ditunjukkan dalam grafik berikut ini :



Sumber : Nissan Magelang

PT. INDOMOBIL NISSAN memiliki Visi :“Menjadi perusahaan retail otomotif yang handal dan kompeten dalam hal kualitas pelayanan dan kepedulian terhadap pelanggan di Indonesia.”

Visi tersebut menunjukkan kepedulian Nissan terhadap kualitas layanan dan pelanggannya, serta tekad Nissan untuk memberikan pelayanan secara andal dan kompeten. Selain dari kemampuan Nissan memberikan layanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan, keandalan Nissan juga dapat dilihat dari ketanggapan Nissan untuk membantu permasalahan kendaraan pelanggannya. Adanya layanan Storing merupakan salah satu bentuk ketanggapan

Nissan terhadap permasalahan pelanggannya. Storing merupakan kegiatan layanan yang dilakukan setelah jam kerja atau pada saat jam kerja, dengan catatan layanan di *dealer* tidak begitu ramai. Untuk menggunakan layanan ini, pelanggan cukup dengan memberitahukan pihak Nissan jika ingin menggunakan layanan ini, dengan cara menghubungi kontak yang disediakan. Setelah itu, teknisi Nissan akan datang ke rumah pelanggan untuk melakukan pengecekan terhadap kendaraannya. Namun, layanan ini tidak dapat diminta begitu saja karena layanan ini diberikan jika pelanggan memiliki keluhan seperti mobil tidak dapat hidup sehingga tidak dapat dibawa ke dealer untuk dilakukan pengecekan. Layanan ini hanya tersedia pada saat hari kerja saja, untuk hari libur dan tanggal merah tidak termasuk.

Responsiveness (daya tanggap)

Responsiveness adalah kemauan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tepat dan cepat kepada pelanggan. Dalam Nissan Magelang terdapat layanan ERA sebagai upaya tanggap terhadap permasalahan kendaraan pelanggan diwaktu yang tidak terduga. ERA atau *Emergency Road Assistance* merupakan layanan bantuan untuk keadaan darurat saat mobil pelanggan mengalami trouble atau masalah, seperti ketika mobil mengalami mogok di jalan secara tiba-tiba. Layanan ini tersedia 24 jam setiap harinya, pelanggan dapat menghubungi dealer Nissan untuk mendapatkan layanan ini kemudian teknisi akan datang ke tempat pelanggan untuk membantu mengatasi masalah kendaraan pelanggan. Untuk memaksimalkan layanan ini, Nissan menyediakan mobil derek jika mobil harus dibawa ke Dealer untuk diperbaiki.

Assurance (jaminan)

Assurance adalah kemampuan perusahaan yang dapat memberikan pelanggan rasa aman saat memakai layanan yang mereka berikan. Nissan Magelang memiliki jaminan mutu produk berupa Jaminan Sales dan Garansi Servis. Jaminan Sales berupa kupon *free* jasa servis sampai 50.000 Km atau garansi mesin 4

tahun. Ketentuan pemakaiannya adalah melakukan perbaikan/perawatan mesin berkala setiap 6 bulan sekali (10.000 km). Garansi servis adalah garansi yang diberikan setelah melakukan servis. Garansi ini memiliki ketentuan apabila selama maksimal 15 hari setelah melakukan servis masih terdapat trouble pada kendaraan, kendaraan dapat dibawa kembali ke *dealer* untuk dilakukan pengecekan ulang.

Empathy (empati)

Empathy atau empati yang dimaksud di sini adalah perhatian yang diberikan perusahaan secara tulus kepada pelanggan, sehingga perusahaan mengerti dan memahami keinginan dari pelanggannya. Nissan Magelang memiliki beberapa layanan sebagai bentuk perhatiannya terhadap pelanggan, seperti *Follow up SSI (Sales Satisfaction Index)*. *Follow up SSI* adalah kegiatan *Follow up* yang dilakukan setelah pelanggan melakukan pembelian mobil, Nissan akan memastikan bahwa mobil sudah sampai pada pelanggan tanpa kurang satu apapun, memastikan pelanggan telah mendapat buku servis dan buku panduan, memberikan pemberitahuan disaat STNK dan BPKB pelanggan sudah jadi serta memastikan bahwa pelanggan telah mendapatkan pelayanan yang baik dari *sales*.

Setelah memastikan kendaraan telah diterima dengan baik, Nissan tetap memperhatikan kebutuhan serta kenyamanan pelanggan dengan memberikan layanan *Reminder Service*. *Reminder Service* adalah layanan pengingat untuk mengingatkan pelanggan bahwa kendaraan pelanggan sudah saatnya untuk melakukan servis atau perawatan kendaraan. Tidak hanya itu, layanan ini juga membantu pelanggan dalam melakukan *booking* servis dan memberikan pemberitahuan perihal estimasi jadwal servis selanjutnya. Biasanya CRO (*Customer Relation Officer*) yang bertugas untuk melakukan *reminder* ini dengan cara mengingatkan pelanggan untuk melakukan servis setiap 6 bulan sekali atau kelipatan

10.000 km, jika lebih dari 10.000 km maka 3 bulan sekali.

Nissan Magelang juga memberikan *Free* jasa servis untuk pelanggannya. *Free* jasa servis ini dapat digunakan apabila pelanggan memiliki kupon *free* jasa servis sampai dengan 50.000 km. Kupon ini terdapat pada buku servis, dengan ketentuan melakukan servis setiap 6 bulan sekali atau kelipatan 10.000 km dilihat mana yang tercapai terlebih dahulu, tergantung pada pemakaian kendaraan oleh pelanggan apakah sering dipakai atau tidak. Jika sering, maka kemungkinan sebelum 6 bulan sudah mencapai 10.000 km, begitu pula sebaliknya.

Setelah pelanggan melakukan servis kendaraan, Nissan selalu melakukan *Follow up After Service* kepada semua pelanggannya. Dimana kegiatannya adalah menanyakan kepada pelanggan apakah masih ada atau tidak kerusakan pada kendaraannya. Jika diantara 15 hari setelah melakukan servis masih ada masalah, maka kendaraan pelanggan tersebut masih dapat dibawa ke dealer untuk dilakukan pengecekan ulang karena ada garansi 15 hari kerja.

Nissan memiliki beberapa program diskon yang diberikan sebagai bentuk perhatiannya bagi pelanggan. Diantaranya adalah diskon yang diberikan ketika *vendor* memberikan promo, diskon dari pusat untuk program-program tertentu seperti 17 Agustus, Hari Raya Idul Fitri, Hari Raya Natal, dan diskon ketika ada kerja sama dengan *provider* seperti Telkomsel yang memiliki program tukar poin yang dapat ditukarkan dengan voucher diskon servis Nissan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan penelitian ini, mendapati bahwa implementasi kualitas layanan pada Nissan Magelang sudah bagus. Kesimpulan ini dikarenakan Nissan Magelang memiliki berbagai layanan dan usaha menjaga kualitas

layanan untuk memuaskan pelanggan yang telah mencakup lima dimensi sebagai berikut :

Tangibles (bukti terukur)

Nissan Magelang memiliki letak yang strategi dan mudah untuk ketahu. Didalamnya disediakan berbagai fasilitas untuk pelanggan diantaranya adanya ruang tunggu yang disediakan untuk pelanggan selama menunggu proses servis kendaraan mereka selesai. Ada juga area bermain anak yang letaknya terpisah dengan ruang tunggu, sehingga tidak akan mengganggu pelanggan lain. Kebersihan dari dealer juga selalu diperhatikan agar pelanggan merasa nyaman saat berada di *Dealer* Nissan. Di perhatikannya penampilan dari karyawan Nissan, dengan adanya SOP seragam untuk bagian-bagian yang berinteraksi secara langsung dengan pelanggan.

Reliability (keandalan)

Nissan selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya yang mengacu pada Tritusin PT.INDOMOBIL NISSAN yaitu TEPAT, CEPAT, BERSIH. Untuk memastikan bahwa Nissan selalu memberikan layanan untuk pelanggannya tanpa terkecuali, Nissan menyediakan layanan *Storing*. *Storing* merupakan kegiatan layanan dimana teknisi Nissan yang mendatangi kediaman pelanggan ketika kendaraan pelanggan tidak dapat dibawa ke *dealer*.

Responsiveness (daya tanggap)

Nissan Magelang berusaha tanggap terhadap segala permasalahan kendaraan pelanggannya, untuk itu Nissan menyediakan layanan ERA (*Emergency Road Assistance*). Yang merupakan layanan darurat yang dapat digunakan saat mobil mengalami *trouble* seperti ketika mobil mengalami mogok di jalan.

Assurance (jaminan)

Untuk mendapatkan kepercayaan pelanggannya, sehingga pelanggan tidak ragu

untuk melakukan pembelian atau melakukan servis kendaraannya di Nissan Magelang. Maka Nissan memberikan jaminan bagi pelanggannya yaitu Jaminan Sales dan Garansi servis 15 hari kerja.

Empathy (empati)

Sebagai bentuk perhatiannya kepada pelanggan, Nissan memiliki berbagai layanan dan program untuk menunjukkan bahwa Nissan memang sangat memperhatikan kenyamanan pelanggannya, seperti *Follow up SSI (Sales Satisfaction Index)*, yaitu *Follow up* setelah pelanggan melakukan pembelian mobil. *Reminder Service* yang merupakan layanan pengingat untuk mengingatkan kepada pelanggan untuk melakukan perawatan kendaraan, membantu *booking* servis dan pemberitahuan jadwal servis. Adanya berbagai diskon yang diberikan Nissan serta kupon *free* jasa servis sampai dengan 50.000 km untuk pelanggan. *Follow up After Service* yang tujuannya untuk memastikan kendaran pelanggan masih ada kerusakan atau tidak setelah melakukan servis.

Saran

Dalam penelitian kualitatif ini, sumber data primer didapat melalui wawancara secara mendalam hanya dengan karyawan bagian CRO saja. Untuk penelitian selanjutnya, mungkin sumber datanya dapat juga dengan menyebarkan kuesioner ke pelanggan tentang pertanyaan yang berkaitan dengan dimensi SERVQUAL dan kualitas layanan. Sehingga dapat mengetahui tanggapan dari pelanggan juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi 13. Dialihbahasakan oleh bob sabran.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke tiga belas Terjemahan.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2006). *Manajemen Pemasaran Edisi 11. Jilid ke dua.* Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Nissan Datsun Magelang. (2019, Januari 10). *Nissan Datsun Magelang.* Di akses dari <http://www.dealernissanmagelang.com/>: <http://www.dealernissanmagelang.com/nissan-magelang-dealer-resmi-mobil-nissan-magelang.html>
- Nissan Datsun Magelang.2020.Arsip dan Dokumen Nissan Datsun Magelang.Magelang: Nissan Magelang
- Nugrahani,Farida.2014.Metode Penelitian Kualitatif.Surakarta.Cakra Books
- Putra, Charisma ,dkk. (2018, Agustus). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN (Survei pada Pelanggan Bengkel AUTO 2000 Sukun Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 61 No. 2.*
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif dan R&D.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif.* Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran Edisi ke 2. Cetakan Pertama.* Yogyakarta: Andi Offset.