

Perancangan Service Blueprint di Dealer Otomotif dengan Integrasi Metode Servqual dan Kano Model = Designing Service Blueprint at Automotive Dealers with Integration of Servqual Method and Kano Model

Ardi Aprilianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20518131&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia merupakan pasar otomotif terbesar di Asia yang potensi pengembangannya masih sangat besar. Persaingan yang semakin sengit memaksa para pabrikan kendaraan untuk terus berinovasi baik dari segi produk maupun layanannya. Peningkatan retensi pelanggan sedikitnya 5% dipercaya dapat menghasilkan peningkatan laba sebesar 25-95% sehingga tidak hanya mencari pelanggan baru, para pabrikan kendaraan juga harus berusaha untuk tetap menjaga dan mempertahankan para pelanggannya. Beberapa penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga inovasi dalam rangka meningkatkan kualitas layanan sangat dibutuhkan untuk dapat mengatasi permasalahan yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui performa masing-masing atribut layanan, menentukan atribut layanan yang harus dipertahankan dan ditingkatkan, serta melakukan perancangan service blueprint dengan mempertimbangkan aspek prioritas perbaikan yang harus dilakukan. Proses perancangan service blueprint dilakukan dengan mengintegrasikan metode Servqual dan Kano Model dimana untuk respondennya merupakan pelanggan B2B dari salah satu merek kendaraan niaga yang ada di wilayah Jabodetabek. Berdasarkan penilaian Servqual, semua atribut layanan masih memiliki gap score negatif sehingga masih perlu dilakukan improvement dan atribut layanan yang memiliki gap score terbesar adalah atribut “waktu servis yang tidak sesuai dengan janji sebelumnya”. Kemudian dari 25 atribut layanan yang dinilai, diklasifikasikan dengan menggunakan Kano Model dimana 6 atribut layanan termasuk dalam kategori must-be dan 19 atribut layanan termasuk dalam kategori one-dimensional. Hasil pengukuran Servqual kemudian diintegrasikan dengan Kano Model untuk menentukan prioritas perbaikan yang nantinya akan digunakan sebagai voice of customer dalam proses perancangan service blueprint. Adapun 5 prioritas perbaikan yang harus dilakukan yaitu terkait waktu pengerjaan servis yang belum sesuai dengan yang dijanjikan sebelumnya, karyawan dealer yang belum memberikan pelayanan dengan baik, karyawan dealer belum mampu menjawab pertanyaan pelanggan dengan tepat, karyawan dealer belum menunjukkan kepeduliannya terkait permasalahan pelanggan, dan pekerjaan servis yang dilakukan belum sesuai dengan permintaan dan kebutuhan pelanggan. Dengan adanya service blueprint ini, diharapkan dapat menjadi solusi dan referensi bagi dealer otomotif untuk meningkatkan kualitas layanannya sehingga upaya dalam menjaga dan mempertahankan para pelanggannya dapat tercapai.

.....Indonesia is the largest automotive market in Asia, with huge development potential. Increasingly fierce competition forces vehicle manufacturers to continue innovating in products and services. An increase in customer retention of at least 5% is believed to increase the profit by 25-95%, so vehicle manufacturers must not only find new customers but also try to keep and retain them. Several previous studies have stated that service quality significantly influences customer satisfaction and loyalty, so innovation to improve service quality is needed to overcome existing problems. This study aims to determine the performance of each service attribute, determine the service attributes that must be maintained and improved, and design a

service blueprint by considering the priority aspects of improvements that must be made. The service blueprint design process is carried out by integrating the Servqual and Kano Model methods. The respondents are B2B customers from one of the commercial vehicle brands in the Jabodetabek area. Based on Servqual's assessment, the service attribute that has the most significant gap score is the attribute "service time that is not in accordance with the previous promise." Then from the 25 service attributes assessed, they are classified using the Kano Model, where 6 service attributes are included in the Must-be category, and 19 service attributes are in the One-dimensional category. The Servqual measurement results are then integrated with the Kano Model to determine priority improvements which will later be used as the voice of the customer in the service blueprint design process. The five priority improvements that must be made are related to service times that have not been in accordance with previously promised, dealer employees who have not provided good service, dealer employees have not been able to answer customer questions correctly, dealer employees have not shown concern regarding customer problems, and the work done is not appropriate by customer requests and needs. With this research, it is hoped that it can become a solution and reference for automotive dealers to improve the quality of their services so that efforts to maintain and retain their customers can be achieved