

ABSTRAK

Di tengah kondisi persaingan jasa yang semakin meningkat, mengharuskan perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen. Kualitas layanan yang baik akan menimbulkan kepuasan konsumen. PT. Yola Lancar Jaya adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyedia layanan transportasi antar kota semenjak tahun 1978. PT. Yola Lancar Jaya yang didirikan oleh Bpk. Soekotjo Hadisoebroto berlokasi di Jalan Sisingamaraja no. 5 Kediri. Seiring meningkatnya mobilitas manusia yang tinggi dalam kesehariannya mendorong tumbuhnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa travel. Persaingan antar perusahaan sejenis membuat persaingan semakin ketat dan kompetitif dalam memperebutkan konsumen. Adanya kondisi tersebut menuntut PT. Yola Lancar Jaya untuk meningkatkan kualitas layanannya untuk semakin mengembangkan usahanya, sehingga perlu dilakukan suatu pengukuran kualitas layanan agar dapat mengetahui bentuk pelayanan yang diinginkan konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode integrasi Kano model, *Service Quality* dan *Quality Function Deployment (QFD)*. *Service Quality* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan atas jasa yang diterimanya. Dalam integrasi ini *Service Quality* dan *Quality Function Deployment (QFD)* yang digunakan adalah *gap/kesenjangan* antara persepsi dan harapan konsumen, dimana suatu kualitas layanan pada *Service Quality* tersebut akan dinilai berdasarkan lima dimensi yakni dimensi *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance*. Setelah mengetahui variabel-variabel yang mengalami kesenjangan, kemudian dilakukan analisis Kano yang bertujuan untuk bertujuan untuk mengkategorikan karakteristik produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk/jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan konsumen. Kemudian dari hasil *Service Quality* dan analisis Kano dilanjutkan dengan pengintegrasian untuk mendapatkan *customer satisfaction score*. Langkah terakhir merancang usulan perbaikan dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment (QFD)*. Prioritas perbaikan didasarkan dari nilai *Importance of the How's* terbesar ke pada prosentase *Importance of the How's* terkecil. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan mengambil responden sebanyak 100 orang.

Berdasarkan analisis kesenjangan persepsi dengan harapan penumpang didapatkan bahwa ke-18 variabel dimensi *tangibles*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* mengalami kesenjangan. 5 *mean* kesenjangan terbesar adalah pemberian informasi layanan (diskon, promo) (-1,77), ketepatan waktu penjemputan penumpang (-1,68), penerima order melayani permintaan konsumen (pemilihan tempat duduk) (-1,30), *driver* menyetir dengan hati – hati dan mematuhi rambu lalu lintas (-1,28), karyawan cepat dan tanggap dalam melayani komplain (-1,23). Namun dari analisis Kano didapatkan satu variabel yakni *driver* memberikan nota pembayaran yang memiliki atribut *indifferent* dimana tidak akan menjadi prioritas perbaikan pada analisis selanjutnya, sehingga variabel yang akan dimasukkan kedalam item “*What's*” pada *Quality Function Deployment (QFD)* berjumlah 17 variabel. Selanjutnya pada tahap rancangan usulan perbaikan dengan metode *Quality Function Deployment (QFD)* didapatkan beberapa item “*How's*” yang digunakan untuk memenuhi item “*What*” yang telah ditentukan sebelumnya. Item “*How's*” kemudian diurutkan dari nilai *Importance of the How* terbesar ke pada prosentase *Importance of the How's* terkecil.

Prioritas perbaikannya adalah sebagai berikut : (1) Membuat standar pelayanan konsumen (37,6%), (2) Memberikan informasi layanan kepada konsumen saat pengorderan dan membuat iklan di media cetak maupun internet (15,2%), (3) *Driver* berangkat lebih awal dalam menjemput konsumen (14,5%), (4) Membuat standar dalam menerima order konsumen (12,6%), (5) Melakukan maintenance secara berkala (6,4%), (6) Memberikan pelatihan *safety driving* kepada *driver* (5,8%), (7) Menyediakan *snack* dan air minum serta mengadakan promo- promo layanan (3,0%), (8) Membuat standar dalam menerima komplain konsumen (2,7%), (9) Membuat standar kerapian karyawan (2,2%).

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat meningkatkan kualitas layanan travel PT. Yola Lancar Jaya dan meminimalkan jumlah komplain, agar tercipta kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu pengembangan perusahaan di masa depan.

Kata kunci: *Travel*, Kepuasan Konsumen, Kano, *Service Quality*, *QFD*.