

Keuntungan yang didapat dengan menggunakan Model Kano dalam penelitian ini:

1. Pengembangan produk yang lebih baik. Sebagai contoh perusahaan akan lebih menguntungkan jika meningkatkan atribut kategori *one dimensional* dan *attractive*, walaupun kategori atribut *must-be* tidak dapat dikesampingkan, karena merupakan tingkat kebutuhan dasar produk
2. Atribut-atribut produk dapat diketahui lebih baik sehingga kriteria produk yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan dapat diidentifikasi untuk diprioritaskan untuk pengembangannya
3. Metode Kano memberikan bantuan yang bernilai dalam menghadapi kondisi pada tahap pengembangan produk juga dalam mencari atribut kebutuhan pelanggan
4. Dengan menemukan dan memenuhi kategori *attractive* akan menciptakan perbedaan atau diferensiasi yang dapat membedakan produk dengan perusahaan pesaingnya sehingga menjadikan perusahaan lebih unggul
5. Kategori kebutuhan *must-be*, *one dimensional*, *attractive* adalah kategori yang dapat digunakan dalam menentukan segmen pelanggan karena kebutuhan tiap segmen yang berbeda-beda
6. Model Kano dapat secara optimal dikembangkan dengan menggunakan metode *Quality Function Development (QFD)*

II.5 Integrasi *SERVQUAL* dan Model Kano

Dalam menggunakan *SERVQUAL* TransVision dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan *SERVQUAL* TransVision juga dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang masih belum baik dan meningkatkannya guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada saat ini, persaingan merupakan hal lumrah untuk dihadapi. Maka dari itu dibutuhkan suatu alat inovasi, karena meningkatkan layanan belum cukup untuk menghadapi persaingan pasar saat ini, alat inovasi tersebut adalah Model Kano. Dengan penggunaan Metode *SERVQUAL* dan Model Kano akan membantu mengatasi kendala-kendala yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya.

II.6 Studi Mengenai *SERVQUAL* dan Model Kano

II.6.1 Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *SERVQUAL* dan Model Kano

Studi yang telah dilakukan Bakhtiar, Susanty dan Massay (2010) di PT PLN UPJ Semarang Selatan bertujuan untuk mengetahui apakah ada kesenjangan antara layanan yang dipersepsikan oleh pihak manajemen dan harapan pelanggan (*gap* 1), mengetahui apakah ada kesenjangan antara persepsi dan harapan pelanggan (*gap* 5) dan menganalisis penyebab terjadinya kesenjangan tersebut, serta menentukan variabel-variabel yang harus diprioritaskan untuk diperbaiki melalui pengintegrasian Metode *SERVQUAL* dan Model Kano. Berdasarkan hasil pengintegrasian Metode *SERVQUAL* dan Model Kano diketahui kriteria yang harus diprioritaskan terlebih dahulu adalah kriteria yang termasuk dalam kategori *must-be* yang memiliki nilai *SERVQUAL* negatif terbesar, dalam penelitian ini terdapat pada variabel R5 yaitu kondisi KWH meter (perputaran angka sesuai dengan jumlah pemakaian).

II.6.2 Analisis Kepuasan Pelanggan IM2 BROOM dengan Metode *SERVQUAL* dan Kano

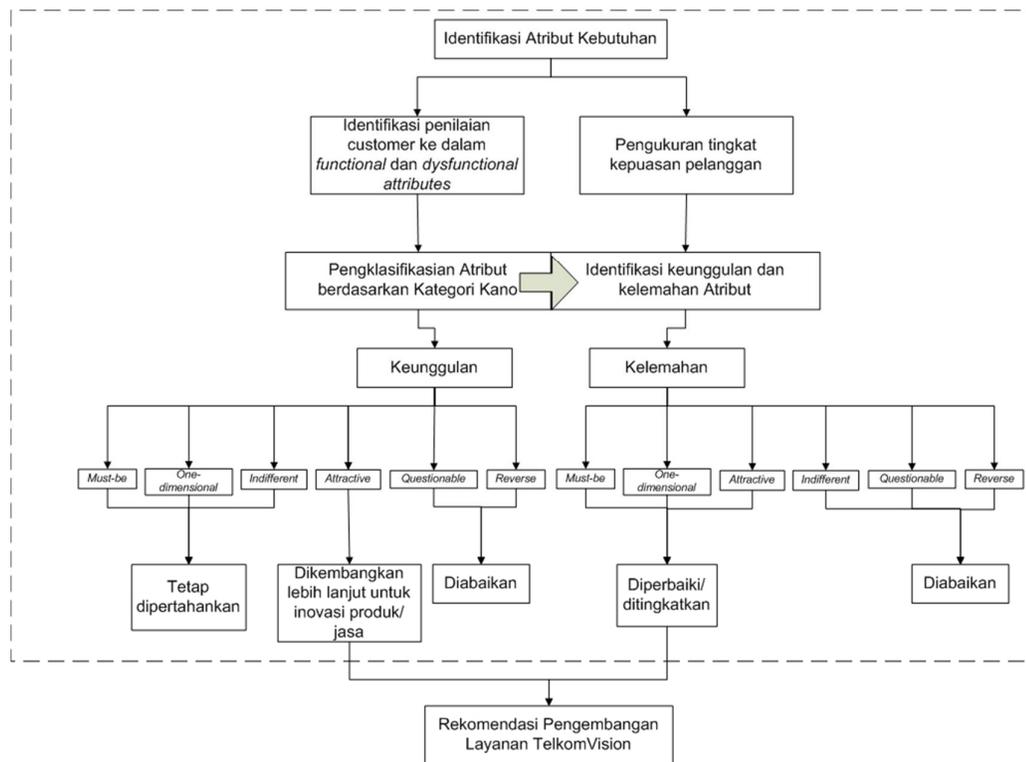
Studi yang telah dilakukan Magdalena (2011) di galeri Indosat M2 Pasar Minggu Jakarta ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan IM2 Broom di Jakarta dan menganalisis atribut yang harus diperbaiki oleh Indosat untuk meningkat kinerja IM2 Broom. Pengujian menggunakan 5 indikator, yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *emphaty*, dan *assurance*. Metode analisis yang digunakan adalah metode *SERVQUAL* dengan perhitungan *gap* 1 dan *gap* 5 serta Model Kano. Atribut yang diteliti sebanyak 25 atribut. Terjadi selisih rata-rata antara *perceived* dan *expected* pelanggan pada *gap* 1 dan 5. Atribut yang perlu diperbaiki adalah kestabilan kecepatan akses internet di setiap waktu penggunaan, kestabilan kecepatan akses internet pada saat *peak time*, jumlah kecepatan akses *downloading* internet yang tinggi pada waktu penggunaan, jumlah kecepatan akses *uploading* internet yang tinggi pada waktu penggunaan, kestabilan sinyal dalam setiap waktu penggunaan, kompatibilitas produk pada jaringan akses yang

terbaru, kompatibilitas produk pada berbagai jenis jaringan akses, jumlah kecepatan jaringan yang tinggi untuk koneksi ke situs-situs yang sering diakses, kestabilan koneksi internet (tidak mudah putus) saat *online*, kemudahan melakukan rekoneksi setelah jaringan *server down*, citra baik yang dimiliki perusahaan, kecepatan pegawai *Customer Care* dalam penanganan masalah, ketanggapan pegawai *Customer Care Service* dalam mengatasi keluhan, kemudahan dalam menemukan gerai pelayanan fisik dimana-mana, dan citra produk sejalan dengan kepribadian pengguna.

Bab III Metodologi Penelitian

III.1 Model Konseptual

Model konseptual merupakan rancangan terstruktur yang berisi konsep-konsep yang saling terkait dan saling terorganisasi guna melihat hubungan dan pengaruh logis antar konsep. Adapun model konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar III.1.



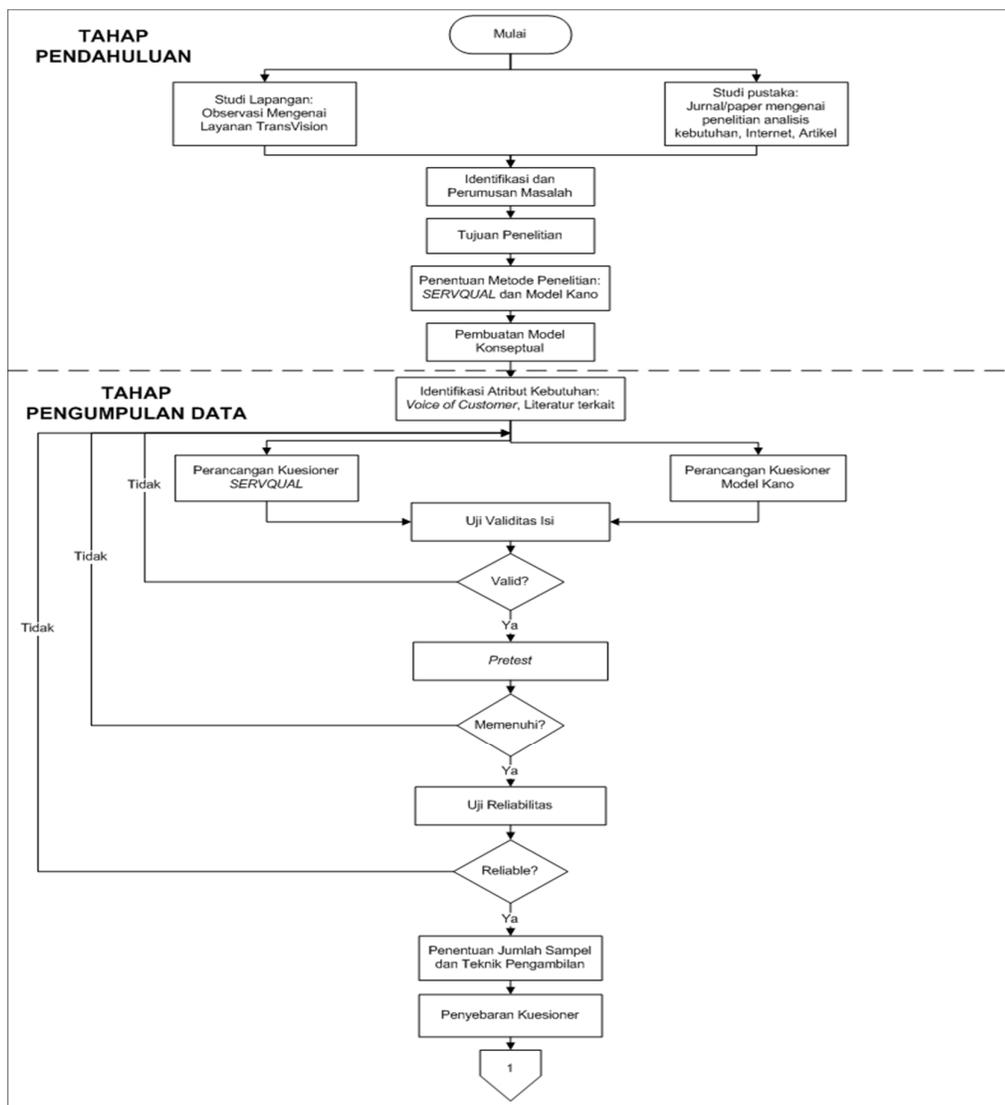
Gambar III.1 Model Konseptual

Di dalam penelitian ini, terdapat hal penting yang harus diperhatikan, yaitu *Voice of Customer*. *VoC* merupakan hasil wawancara yang dilakukan, yang hasilnya akan menjadi bahan untuk penyusunan kuesioner, baik kuisisioner *SERVQUAL* ataupun Model Kano. Hasil Kuisisioner *SERVQUAL* menghasilkan beberapa atribut yang nanti akan dipisahkan menjadi atribut kuat dan lemah, sedangkan hasil kuesioner Model Kano menghasilkan kategori-kategori atribut kebutuhan. Kedua

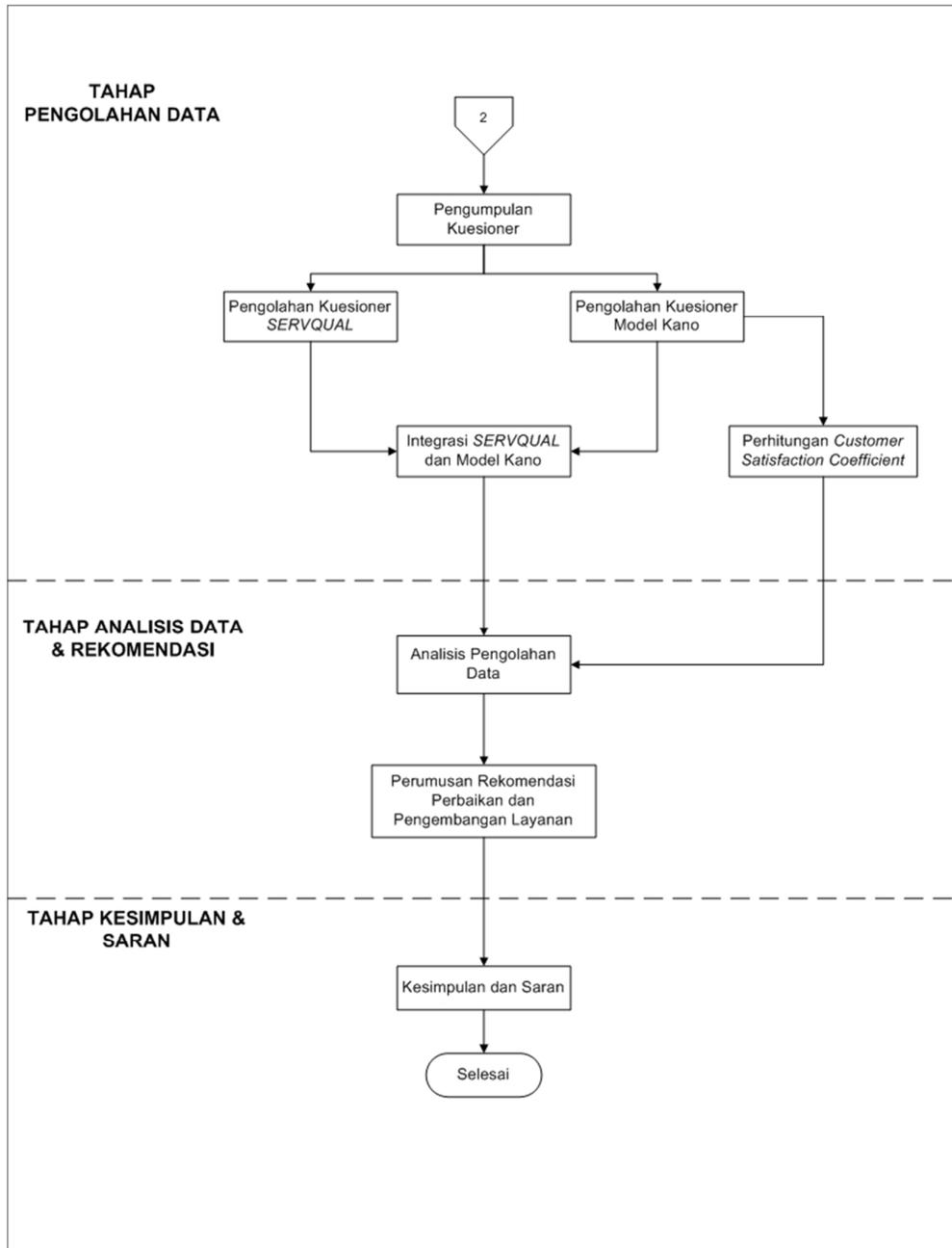
output kuisisioner inilah yang akan diolah untuk mendapatkan *True Costumer Needs*.

III.2 Sistematika Pemecahan Masalah

Sistematika pemecahan masalah merupakan tahap-tahap yang harus dilalui terlebih dahulu sebelum melakukan pemecahan masalah yang sedang dibahas, sehingga pemecahan masalah tersebut dapat dilakukan dengan terarah dan memudahkan menganalisis permasalahan yang ada. Sistematika pemecahan masalah yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar III.2.



Gambar III.2 Sistematika Pemecahan Masalah



Gambar III.2 Sistematika Pemecahan Masalah (Lanjutan)

III.2.1 Tahap Pendahuluan

Tahap pendahuluan merupakan tahap awal penelitian, dimana pada tahap ini dilakukan identifikasi awal terhadap permasalahan layanan TransVision. Pada tahap ini dihasilkan perumusan masalah sesuai dengan masalah yang

diidentifikasi, penentuan tujuan penelitian, sampai pada akhirnya menentukan metode penelitian yang tepat dan mengembangkan model konseptual berdasarkan metode penelitian yang digunakan.

III.2.1.1 Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap kondisi *existing* perusahaan dan observasi mengenai layanan TransVision. Pada penelitian ini, pengamatan dilakukan dengan mengunjungi kantor pusat TransVision yang berlokasi di Jln. Prof. Dr. Soepomo, Jakarta. Dari pengamatan ini peneliti dapat mengetahui secara detail mengenai layanan TransVision dan gambaran mengenai permasalahan layanannya.

III.2.1.2 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk memahami dan mengkaji permasalahan yang ada dari sudut pandang keilmuan. Studi literatur dilakukan dengan cara memahami berbagai jurnal atau paper mengenai penelitian yang terkait. Pada penelitian ini, studi literatur dilakukan dengan cara membaca dan memahami buku, jurnal, paper, riset, maupun artikel ilmiah yang terkait dengan analisis kebutuhan, *SERVQUAL*, dan Model Kano.

III.2.1.3 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada perusahaan dapat dilihat melalui data dan fakta-fakta yang terjadi. Pengulasan terhadap data dan fakta yang diperoleh dapat disusun menjadi latar belakang diadakannya penelitian. Dari permasalahan yang telah diidentifikasi, langkah selanjutnya yang perlu dilakukan adalah merumuskan permasalahan tersebut. Latar belakang dan perumusan masalah penelitian ini telah dijelaskan pada bab 1.

III.2.1.4 Tujuan Penelitian

Setelah permasalahan diidentifikasi, maka ditetapkan tujuan penelitian. Tujuan penelitian ini menjawab perumusan masalah. Tujuan dari penelitian ini telah dijelaskan pada bab 1.