

Kepuasan pelanggan dan kualitas layanan auto 2000 : Studi Kasus pada bengkel Auto 2000 Cilandak Jakarta Selatan

I Wayan Karsa Pasek, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=80382&lokasi=lokal>

Abstrak

Dalam era persaingan yang semakin ketat dewasa suatu perusahaan akan memenangkan persaingan bila dapat memberi nilai (value) dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk atau jasa yang berkualitas dan harga bersaing. Kepuasan pelanggan menimbulkan hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memungkinkan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas. serta pelanggan memberi rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Guna memantau hasil penerapan program kepuasan pelanggan pada bengkel Auto 2000 Cilandak dilakukan penelitian dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif.

Dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan digunakan metode Servqual yang terdiri dari kelompok:

1. Tampilan fisik (tangible)
2. Ketanggapan dalam memberi layanan (Responsiveness)
3. Kemampuan mewujudkan janji (reliability)
4. Kemampuan memberi jaminan layanan (assurance)
5. Kemampuan memahami kebutuhan pelanggan (empathy)

Kualitas layanan yang diberikan oleh bengkel Auto 2000 Cilandak baru dapat memuaskan pelanggan untuk kelompok tangible dan responsiveness. Sementara itu tiga kelompok lainnya (reliability, assurance dan empathy) yang lebih banyak ditentukan oleh kemampuan petugas masih perlu ditingkatkan melalui pelatihan dan penyegaran yang berkesinambungan.