

ANALISA KUALITAS JASA SERVIS SEPEDA MOTOR HONDA DENGAN METODE POTENTIAL GAIN IN CUSTOMER VALUE INDEX

(Studi kasus di AHASS CAHAYA ABADI MOTOR SEMARANG)

**NAMA : SULUH KRIDALELANA
NIM: L2H000728
PEMBIMBING I : Arfan Bakhtiar, ST, MT
PEMBIMBING II : Diana Puspitasari, ST**

ABSTRAK

Kepuasan/ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Jadi, pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu produk barang/jasa sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan pelanggan.

PT. Astra Honda Motor merupakan perusahaan manufakturing sepeda motor pertama dan terbesar di Indonesia. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan penyelenggara AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) yang merupakan jaringan resmi bengkel sepeda motor Honda. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan bengkel AHASS dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga, promosi diantara sekian banyaknya bengkel AHASS. Selama 6 bulan terakhir, kondisi bengkel AHASS Cahaya Abadi Motor kurang begitu baik. Hal ini bisa dilihat dengan berkurangnya pelanggan bengkel AHASS Cahaya Abadi Motor yaitu sekitar 30%-40%, sebagai contoh biasanya terdapat 60-70 pelanggan per hari, sekarang berkurang menjadi 20-30 pelanggan per hari. Hal itu bisa disebabkan karena bengkel AHASS kurang memperhatikan aspek pelayanannya terhadap pelanggan. Bila aspek pelayanan dilupakan, maka bengkel AHASS Cahaya Abadi Motor bisa kehilangan pelanggan lama dan dijauhi calon pelanggan.

Penelitian ini akan dititikberatkan pada penganalisaan kepuasan pelanggan pemakai jasa servis sepeda motor Honda terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dengan menggunakan metode Indeks Potential Gain In Customer Value (PGCV), dimana Indeks PGCV merupakan suatu peralatan statistik yang banyak digunakan dalam analisa pemasaran untuk mengukur kepuasan pelanggan secara kuantitatif, sehingga kita dapat mengetahui kriteria-kriteria yang paling potensial untuk ditingkatkan kualitasnya. Karena pada kenyataannya untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan diperlukan adanya kesesuaian antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang diterima.

Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa kriteria-kriteria yang mempunyai prioritas untuk ditingkatkan kualitas pelayanannya, antara lain : Kemauan pihak bengkel memahami kebutuhan pelanggan, Kecepat tanggapan customer service dalam mendengarkan keluhan pelanggan, Keinginan pihak manajemen untuk menerima saran, Kecepat tanggapan dan kecepatan mekanik dalam menyelesaikan perbaikan, Kemudahan untuk menyampaikan keluhan kepada pihak manajer, Kecepatan mekanik dalam menyelesaikan kerusakan, Kecepat tanggapan manajer dalam menyelesaikan keluhan pelanggan, Biaya servis, Ketepatan mekanik dalam menyelesaikan kerusakan, Keamanan kendaraan yang diparkir.

Kata kunci : *service quality, customer satisfaction, potential gain in customer value*