

ABSTRAK

Dewasa ini, munculnya bengkel motor yang semakin banyak mengakibatkan persaingan antar bengkel motor semakin ketat. Hal ini membuat tiap perusahaan harus dapat memahami tuntutan konsumen, dimana konsumen semakin selektif dalam memilih pelayanan bengkel. Oleh sebab itu, setiap bengkel diharap untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

PD. Sinar Karya selaku bengkel service motor Honda di Bandung sedang mengalami permasalahan berupa banyaknya konsumen yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini menyebabkan konsumen tidak mau kembali lagi untuk menservis kendaraannya.

Dalam penelitian ini, penulis berusaha untuk mengetahui faktor-faktor yang penting dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh bengkel PD. Sinar Karya, sehingga dapat diketahui kesenjangan antara jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan konsumen, untuk kemudian ditelusuri penyebab kesenjangan tersebut, sehingga bengkel PD. Sinar Karya dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Servqual, dan model penelitian diadaptasi dari model kualitas jasa A. Parasuraman, yaitu untuk mengetahui kesenjangan yang terjadi antara harapan dan persepsi konsumen (Gap 5), persepsi manajemen dan harapan konsumen (Gap 1), persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa (Gap 2), spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (Gap 3), serta penyampaian jasa dan komunikasi eksternal (Gap 4). Dan untuk mengetahui adanya perbedaan yang nyata dari kesenjangan tersebut digunakan pengujian Hipotesis.

Hasil pengolahan data untuk kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan menunjukkan bahwa rata-rata kepuasan pelanggan secara keseluruhan adalah sebesar -0.351 . Hal ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan bengkel PD. Sinar Karya belum dapat memuaskan konsumennya atau belum sesuai dengan harapan pelanggan.

Penyebab ketidakpuasan pelanggan ini adalah karena jasa yang diterima tidak sesuai dengan jasa yang diharapkan pelanggan, penjabaran spesifikasi kualitas jasa yang tidak sesuai, dan kurang konsistennya karyawan dalam melaksanakan janji perusahaan.

Oleh karena itu disarankan agar pihak manajemen lebih sering melakukan komunikasi dengan konsumen untuk mengetahui apa yang diharapkan konsumennya. Dan juga membuat program kerja yang tertulis dan mengkomunikasikan pada karyawan guna memenuhi kebutuhan konsumen.