

ABSTRAK

Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Layanan *Booking Service* Pada PT. Astra International Daihatsu Cabang Padang.

Oleh : Cindy Ardilla/2012

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti kepuasan konsumen atas layanan *Booking Service* pada PT. Astra International-Daihatsu dengan membandingkan antara ekspektasi (harapan) yang diinginkan pelanggan dengan persepsi (tanggapan) yang dirasakan oleh konsumen yang telah menggunakan layanan program tersebut. Penelitian dilakukan dengan menggunakan sampel penelitian sebanyak 30 responden pengguna servis mobil dengan kurun waktu 5 hari.

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian berupa observasi. Penulis mengumpulkan data langsung dari perusahaan tersebut terkait dengan objek penelitian. Berdasarkan data yang diperoleh, peneliti melakukan pengolahan sehingga akhirnya memperoleh hasil. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut peneliti dapat memberikan kesimpulan tentang kepuasan konsumen atas *Booking Service* di PT. Astra International-Daihatsu.

Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil kepuasan konsumen atas layanan tersebut yaitu pelanggan sangat puas atas kecepatan karyawan dalam melayani kedatangan pelanggan pada dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*). Selain itu, pelanggan puas atas kehandalan karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan *service* secara tepat waktu dan cara karyawan mengenali nama pelanggan sehingga menimbulkan rasa empati. Sedangkan dimensi kualitas jasa berupa dimensi Keandalan (*Reliabilitas*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan Bukti Fisik mengalami ketidakpuasan pelanggan atas jasa yang diberikan perusahaan. Ketidakpuasan ini disebabkan karena besarnya harapan (*Ekspektasi*) yang diinginkan konsumen daripada tanggapan (*Persepsi*) pelanggan atas layanan *Booking Service*.