

ABSTRAK

PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL AHASS HONDA 10087 UP SMKN 2 BANDAR LAMPUNG

Oleh:

ADE FEBIYANI

Kepuasan pelanggan merupakan aspek utama dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan, bila seseorang merasa senang dan puas maka hal itu akan memperkuat kepuasan, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Kepuasan pelanggan yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, kepuasan pelanggan merupakan suatu perilaku konsumen yang melandaskan untuk dapat memenuhi harapan pelanggan dan menciptakan tingkat kepuasan.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan di bengkel AHASS Honda 10087 Up SMKN 2 Bandar Lampung diketahui bahwa kepuasan pelanggan tergolong rendah. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan mengetahui pengaruh positif bukti fisik/*tangibles*, kehandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, empati/*empathy* terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS Honda 10087 Up SMKN 2 Bandar Lampung. Populasi penelitian ini adalah pelanggan bengkel AHASS Honda 10087 Up SMKN 2 Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin* didapat sebanyak 100 konsumen. Metode yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan menggunakan pendekatan *expost facto* dan *survey*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel AHASS Honda 10087 Up SMKN 2 Bandar Lampung. Berdasarkan analisis data diperoleh $F_{hitung} 246,099 > F_{tabel} 2,34$ yang ditunjukkan dengan *regresi linier multiple* dengan koefisien determinasi (r^2) 0,929 yang berarti kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel Bukti Fisik (*tangibles*), Kehandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*emathy*), sebesar 92,9%, sisanya sebesar 7,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Bukti fisik (tangible), daya tanggap (responsiveness), empati (empathy), jaminan (assurance), kehandalan (reliability), kepuasan pelanggan*