

**PENERAPAN *SERVICE EXCELLENT* PADA *GENERAL REPAIR UNIT*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AUTO2000 WAYHALIM**

(Tugas Akhir)

OLEH:

PUTRI REZA AFRIDASARI

NPM 2106061006



**PROGRAM STUDI D-III ADMINISTRASI PERKANTORAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
TAHUN 2024**

ABSTRAK

PENERAPAN *SERVICE EXCELLENT* PADA *GENERAL REPAIR* UNIT TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AUTO2000 WAYHALIM

Oleh

Putri Reza Afridasari

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan *service excellent* unit GR (General Repair) terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim yang merupakan suatu kegiatan dilakukan oleh *staff* MRA (*Maintenance Reminder Appointment*) unit GR (*General Repair*) untuk meminimalisir adanya ketidakpuasan pelanggan dalam diberikan layanan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, pengamatan, serta dokumentasi. Penerapan *service excellent* unit GR (*General Repair*) terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim yaitu berpenampilan rapi, mempersiapkan perlengkapan yang dibutuhkan, menyalakan peralatan yang dibutuhkan, pengecekan data, menghubungi *customer*, *follow up*, penarikan data dan penyimpanan hasil *follow up*. Hasil penelitian menyimpulkan *Service Excellent* unit GR (*General Repair*) terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 sudah dilakukan dengan baik.

Kata Kunci : *Service Excellent*, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF SERVICE EXCELLENT IN GENERAL REPAIR UNITS ON CUSTOMER SATISFACTION AT AUTO2000 WAYHALIM

By

Putri Reza Afridasari

The purpose of this research is to determine the application of the GR (General Repair) unit's excellent service to customer satisfaction at Auto2000 Wayhalim, which is an activity carried out by the GR (General Repair) unit's MRA (Maintenance Reminder Appointment) staff to minimize customer dissatisfaction in providing services. The method used in this research is a qualitative method and data collection techniques through interviews, observation and documentation. The application of GR (General Repair) unit excellent service to customer satisfaction at Auto2000 Wayhalim is to look neat, prepare the required equipment, turn on the required equipment, check data, contact customers, follow up, retrieve data and store follow up results. The research results concluded that the GR (General Repair) unit's excellent service on customer satisfaction at Auto2000 Wayhalim had been carried out well.

Keywords: Service Excellent, Customer Satisfaction.

**PENERAPAN *SERVICE EXCELLENT* PADA *GENERAL REPAIR UNIT*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI AUTO2000 WAYHALIM**

Oleh

Putri Reza Afridasari

Tugas Akhir

Sebagai Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar

Ahli Madya (A.Md)

Pada

Program Studi Administrasi Perkantoran

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

2024

Judul Tugas Akhir

: **PENERAPAN *SERVICE EXCELLENT*
PADA *GENERAL REPAIR UNIT*
TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DI AUTO2000
WAYHALIM**

Nama Mahasiswa

: **Putri Reza Afridasari**

Nomor Pokok Mahasiswa

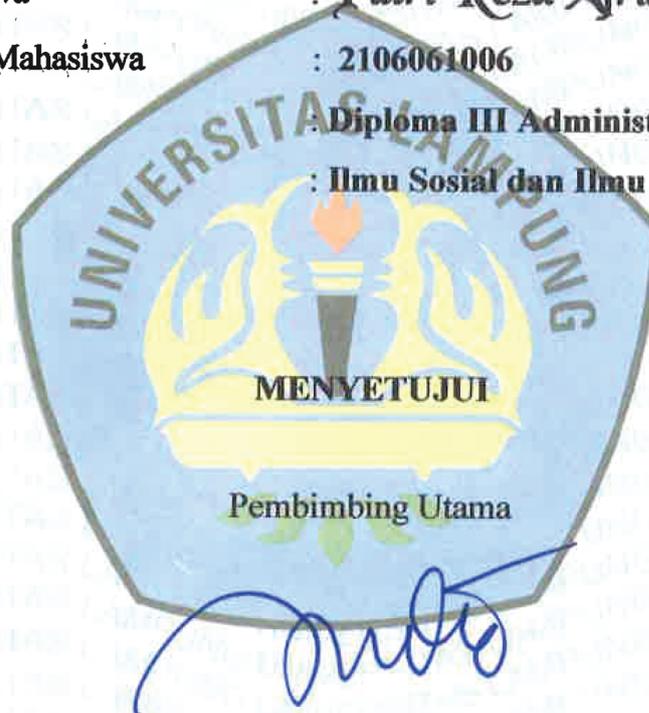
: **2106061006**

Program Studi

: **Diploma III Administrasi Perkantoran**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Dra. Fenny Saptiani, M.Si

NIK. 231504630710201

Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran

A blue ink handwritten signature of Mediya Destalia S.A.B.

Mediya Destalia S.A.B., M.AB

NIP. 198512152008122002

MENEGSAHKAN

1. Tim Penguji

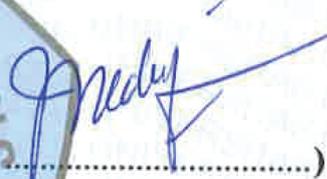
Ketua : Dra. Fenny Saptiani, M.Si

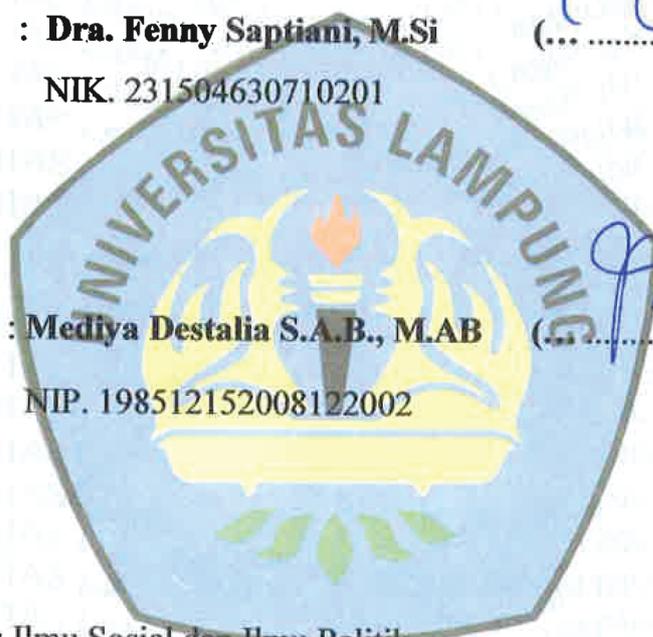
NIK. 231504630710201


(.....)

Penguji Utama : Mediya Destalia S.A.B., M.LAB

NIP. 198512152008122002


(.....)



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si

NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 12 - 06 - 2024

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Putri Reza Afridasari
NPM : 2106061006
Program Studi : Diploma III Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul “Penerapan *Service Excellent* pada *General Repair* Unit Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Auto2000 Wayhalim” adalah hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) maupun dibuatkan orang lain. Apabila ditemukan dari hasil penelitian Tugas Akhir saya terdapat pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 10 Juni 2024

Yang Menyatakan



Putri Reza Afridasari
NPM. 2106061006

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Tugas Akhir saya berjudul “Penerapan *Service Excellent* pada *General Repair* Unit Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Auto2000 Wayhalim” sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran dan mencapai gelar ahli madya (A.Md).

Dengan selesainya Tugas Akhir ini tidak terlepas dari banyak bantuan dan dukungan baik ketika melaksanakan kegiatan magang dan ketika menyusun laporan ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
2. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.AB selaku Kepala Program Studi D-III Administrasi Perkantoran sekaligus Dosen Penguji dalam Tugas Akhir saya ini.
3. Ibu Dra. Fenny Saptiani, M.Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah membantu mengarahkan proses Tugas Akhir ini sampai selesai.
4. Kedua orangtua saya, Bapak Zakaria HS dan Ibu Darwati yang sudah menjadi motivasi saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat waktu.
5. Adik saya, Salshabilla yang sudah mendoakan dan mendukung kakaknya untuk menyelesaikan Tugas Akhir.
6. Ibu Ellenia Agustia DS, S.P selaku Petugas Pembimbing Lapangan (PPL) yang telah membimbing saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini sampai selesai.
7. Priscilla Syanne Yunita selaku Mentor selama saya melakukan MBKM dan telah mengajarkan saya banyak hal.
8. Auto2000 Wayhalim yang telah mengizinkan saya untuk magang diperusahaannya.

9. Seluruh karyawan unit GR (*General Repair*) Auto2000 Wayhalim yang sudah membantu dalam proses MBKM.
10. Saudara saya yang berada di Lampung dan tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya.
11. Sahabat-sahabat di Bekasi yaitu Mega, Khalda, Farah, Cimoy, Tantri, Eno, Ninis, Remasya, Yoga, Ashari, Kenan.
12. Sahabat-sahabat selama perkuliahan yaitu Vira, Rahma, Mela, Suci, dan Resa.
13. Teman-teman Mapres Fisip 2023 yaitu Najediva, Rachel, Ka Hasyika, Tamara, Oknal, Yolanda yang telah membagikan pengalaman dan ilmunya kepada penulis.
14. Dan terimakasih kepada Raisa, Dewa 19, Tiara Andini, Pamungkas, dan Tulus selaku penyanyi dari lagu-lagu yang menemani penulis dalam mengerjakan tugas akhir ini.

Bandar Lampung, 10 Juni 2024

Penulis,

Putri Reza Afridasari

NPM. 2106061006

RIWAYAT HIDUP



Putri Reza Afridasari, lahir di Jakarta, 27 April 2003. Penulis lahir dari pasangan suami istri yaitu Bapak Zakaria HS dan Ibu Darwati. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara.

Pada tahun 2009 penulis masuk Sekolah Dasar Negeri 6 Bahagia dan lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan Sekolah Menengah Pertama pada tahun yang sama di SMP Negeri 3 Babelan dan lulus pada tahun 2018. Selanjutnya pada tahun yang sama masuk pada Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 3 Babelan dan lulus pada tahun 2021.

Penulis diterima di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran Universitas Lampung pada tahun 2021. Penulis aktif dalam organisasi HMD Administrasi Perkantoran menjabat sebagai Wakil Ketua Umum 2022-2023. Selain itu, penulis memiliki prestasi yaitu:

1. Juara 2 lomba karikatur Pekan Raya FKIP Universitas Sriwijaya 2022.
2. Juara 3 Pemilihan Mahasiswa Berprestasi Program Diploma Fakultas Ilmu Sosial Ilmu politik 2023.

Penulis melakukan magang di Auto2000 Wayhalim selama kurang lebih 6 bulan dengan judul laporan magang dan tugas akhir yang sama, yaitu **“Penerapan Service Excellent pada General Repair Unit Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Auto2000 Wayhalim”**

MOTTO

“Anda tidak harus hebat untuk memulai, tapi Anda harus memulai untuk menjadi orang hebat.”

Putri Reza Afridasari

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
RIWAYAT HIDUP	x
MOTTO	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian	3
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II	6
2.1 <i>Service Excellent</i>	6
2.1.1 Konsep Dasar <i>Service Excellent</i>	7
2.1.2 Tujuan dan Manfaat <i>Service Excellent</i>	9
2.1.3 Pentingnya Pelayanan Prima (<i>Service Excellent</i>).....	10
2.1.4 Dimensi <i>Service Excellent</i> dalam Kualitas Pelayanan.....	11

2.1.5 Keterampilan Dasar dalam <i>Service Excellent</i>	13
2.1.6 Hal Penting dalam <i>Service Excellent</i>	14
2.2 Kepuasan Pelanggan	16
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.2 Manfaat Tercapainya Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	17
2.2.4 Faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2.4 Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	19
2.2.5 Dampak Kepuasan Bagi Pelanggan.....	20
2.3 Unit GR (<i>General Repair</i>)	20
2.3.1 Pengertian GR (<i>General Repair</i>).....	20
2.3.2 Tujuan GR (<i>General Repair</i>).....	21
2.4 Kerangka Pikir	21
BAB III.....	23
3.1 Gambaran Umum.....	23
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	23
3.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan	26
3.1.3 Logo Perusahaan	27
3.1.4 Bidang Usaha atau Produk Perusahaan	27
3.1.5 Projek Penunjang yang Inovatif	28
3.2 Struktur Organisasi Instansi	29
3.3 Struktur Organisasi Unit GR (<i>General Repair</i>)	37
3.4 Aspek Kegiatan Perusahaan.....	43
BAB IV.....	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.2 Pembahasan	60

BAB V	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir	22
Gambar 2. Logo Auto2000 Wayhalim	27
Gambar 3. Struktur Organisasi	29
Gambar 4. Struktur Unit GR (<i>General Repair</i>).....	37
Gambar 5. Karyawan Berpenampilan Rapi.....	49
Gambar 6. Mempersiapkan ATK	50
Gambar 7. Menyalakan Peralatan	51
Gambar 8. Pengecekan Data <i>Customer</i>	52
Gambar 9. Menghubungi <i>Customer</i>	54
Gambar 10. <i>Follow Up Customer</i>	55
Gambar 11. Hasil <i>Follow Up Customer</i>	56
Gambar 12. Proses Penarikan Data	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara	66
Lampiran 2. Foto Ruangan Layanan	68
Lampiran 3. Foto bersama karyawan Auto2000 Wayhalim.....	68
Lampiran 4. Foto bersama <i>staff</i> MRA (<i>Maintenance Reminder Appointment</i>).....	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, setiap perusahaan harus mampu bersaing dengan pesaing untuk bertahan hidup (Ruslim dan Rahardjo, 2016). Oleh karena itu, setiap perusahaan harus memiliki keunggulan tersendiri terutama dalam hal memuaskan pelanggan salah satunya perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Perusahaan tersebut harus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dan berfokus kepada kepuasan pengguna yang sering disebut juga dengan layanan prima atau layanan istimewa (*Service Excellent*).

Pelayanan pelanggan yang bermutu menjadi kunci sukses dan dasar untuk membangun keberhasilan dan keuntungan bagi organisasi dalam bidang apapun. Bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah dikatakan berkualitas bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Kualitas pada dasarnya terkait dengan pelayanan yang terbaik, yaitu suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan atau masyarakat secara memuaskan.

Dalam mencapai tujuan, suatu organisasi terutama dalam bidang jasa sebaiknya memberikan pelayanan prima untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Optimal atau tidaknya suatu pelayanan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan prima (*Service Excellent*) yaitu kepuasan pelanggan.

Pelayanan prima merupakan terjemahan dari *Service Excellent* yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik. “Pelayanan prima adalah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat/pengguna jasa (*Customer*) minimal sesuai dengan standar sehingga orang yang dilayani merasa puas, gembira atau senang”. (Risnawati dan Kumoro, 2017)

Salah satu perusahaan yang menawarkan pelayanan jasa adalah bidang otomotif yaitu PT. Astra International Tbk atau yang sekarang dikenal

dengan sebutan Auto2000. Auto2000 merupakan salah satu perusahaan terbesar di Indonesia dengan produk yang mereka buat yaitu kendaraan bermotor merk Toyota. Auto2000 harus memiliki keunggulan tersendiri terutama dalam hal memuaskan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang kita berikan maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Nilai perusahaan tergantung pada kualitas layanannya.

Jika layanannya buruk atau salah satu pelayan tidak penuh perhatian, itu akan menyebabkan pelanggan kehilangan kepercayaan pada perusahaan dan kualitasnya. Kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan Auto2000.

Auto2000 memiliki masing-masing unit di tiap cabang, salah satu unit yang ada di Auto2000 adalah GR (*General Repair*). GR (*General Repair*) merupakan layanan yang menawarkan jasa perbaikan berupa *service* perawatan berkala maupun pekerjaan perbaikan umum berkaitan dengan mesin, sasis/kerangka kendaraan, serta kelistrikan untuk seluruh tipe/model. Di GR (*General Repair*) juga memiliki sub unit salah satunya MRA (*Maintenance Reminder Appointment*) yang memberikan pelayanan terbaik atau prima (*Service Excellent*) kepada pelanggan saat dilakukannya proses *service* oleh mekanik. Sehingga konsumen tidak akan ragu-ragu lagi untuk melakukan *service* di Auto2000 Wayhalim.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji penelitian yang akan memenuhi Tugas Akhir dengan judul **“Penerapan *Service Excellent* pada *General Repair* Unit Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Auto2000 Wayhalim”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi rumusan masalah yang akan dibahas adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *Service Excellent* pada *General Repair* unit terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim.

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dilaksanakannya penelitian Tugas Akhir ini adalah untuk mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapat dibangku perkuliahan dengan kenyataan yang sesungguhnya dilapangan. Sedangkan tujuan praktek kerja adalah untuk :

- a. Mengetahui bagaimana cara penerapan *Service Excellent* pada *General Repair* unit terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim.
- b. Mengetahui tujuan dan manfaat *Service Excellent* terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Meningkatkan wawasan, pengetahuan, keterampilan, serta kemampuan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penulisan Tugas Akhir ini adalah :

- a. Secara Teoritis
Dapat menambah pengetahuan serta wawasan mengenai bidang keilmuan pelayanan prima tentang penerapan *Service Excellent* pada *General Repair* unit terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim.
- b. Secara Praktis
Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi Auto2000 Wayhalim dalam menerapkan *Service Excellent* pada *General Repair* unit terhadap kepuasan pelanggan.

1.5 Metode Penelitian

a. Lokasi Pengumpulan Data

Lokasi pengumpulan data pada penelitian ini adalah di Auto2000 Wayhalim, yang beralamatkan Jalan Soekarno Hatta Km.10 Lintas Timur Sumatera Way Halim, Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung kodepos 35133.

b. Metode Pengumpulan Data

Fokus penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data secara pendekatan kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan. Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Metode Wawancara

Metode penelitian ini yaitu melakukan sesi wawancara secara langsung dengan *staff* unit GR (*General Repair*) mengenai penerapan *Service Excellent* terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim.

2. Metode Observasi

Metode penelitian ini yaitu mengamati secara langsung pada objek untuk memperoleh data yang nyata pada penerapan *Service Excellent* pada *General Repair* unit terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim.

Observasi dilakukan oleh penulis dengan cara mengamati karyawan pada selama peneliti melakukan magang kurang lebih 6 bulan.

3. Metode Dokumentasi

Metode penelitian ini yaitu pengumpulan data dengan mencatat data penelitian serta dokumentasi yang berkaitan dengan berjalannya penerapan *Service Excellent* pada *General Repair* unit terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim.

1.6 Sistematika Penulisan

Pembahasan pada penelitian ini dilakukan secara bab per bab dimana masing-masing bab merupakan rangkaian yang saling berhubungan. Sehingga, membentuk suatu sistematika untuk menguraikan gambaran isinya. Adapun penjelasan secara singkat sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari beberapa sub bab yaitu, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini terdiri dari tinjauan pustaka yang berhubungan dengan penerapan *service excellent* pada *General Repair* unit terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim.

BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI

Pada bab ini terdiri dari profil perusahaan, struktur organisasi, dan aspek kegiatan perusahaan di Auto2000 Wayhalim.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan yang mengkaji tentang penerapan *service excellent* pada *General Repair* unit terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari dua sub bab yaitu kesimpulan dan saran yang menjadi akhir dari proses penelitian berlangsung di Auto 2000 Wayhalim.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Service Excellent*

Menurut Ali yang dikutip oleh Aldino & Erliyana (2021) dalam jurnalnya berjudul *Penerapan Logistik 4.0 Dalam Manajemen Pendistribusian Barang Di Perusahaan* mengemukakan bahwa “Penerapan adalah memperaktekkan atau memasang. Penerapan dapat juga diartikan sebagai pelaksanaan.” Sedangkan menurut Wahab yang dikutip oleh Aldino & Erliyana (2021) dalam jurnalnya berjudul *Penerapan Logistik 4.0 Dalam Manajemen Pendistribusian Barang Di Perusahaan* mengemukakan bahwa “Penerapan merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan baik oleh individu-individu atau kelompok-kelompok yang diarahkan pada tercapainya tujuan yang telah digariskan dalam keputusan.”

Menurut Bastiar (2010) dalam jurnalnya berjudul *Service Excellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan* mengemukakan bahwa “*Service excellent* adalah dua kata berasal dari bahasa inggris *service* dan *excellent*. *Service* artinya jasa, pelayanan, tugas dan *excellent* artinya unggul, ulung, baik sekali, dengan demikian dalam perspektif ini pelayanan yang sempurna merupakan salah satu nilai jual yang penting bagi sebuah industri jasa.” Menurut Kartajaya yang dikutip oleh Bastiar (2010) dalam jurnalnya berjudul *Service Excellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan* mengemukakan bahwa “Servis itu sebuah nilai yang harus diberikan terus-menerus kepada pelanggan. Dimana Nilai merupakan Perkiraan konsumen tentang kemampuan total suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya.

Dengan mengetahui dan memahami kebutuhan pelanggan, maka perusahaan dapat memenuhi value yang dimaksud oleh para pelanggan.” Sedangkan menurut Nurlia (2018) dalam jurnalnya berjudul *Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent* mengemukakan bahwa “Pelayanan prima (*excellent service*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang

sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas.”

2.1.1 Konsep Dasar *Service Excellent*

Menurut Fajri dan Normayasari (2022), dalam buku yang berjudul *Pelayanan Prima* mengenai konsep dasar *Service Excellent* (pelayanan prima) hal 16-18, yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*).

Karyawan harus memiliki kemampuan untuk melayani konsumen, misalnya kemampuan menjual (*Selling*), kemampuan memecahkan masalah dengan cepat, manajemen kecemasan, hingga hal-hal yang lebih praktis misalnya penggunaan teknologi seperti *Software*.

2. Sikap (*Attitude*).

Gambaran sebuah perusahaan dapat dilihat melalui karyawannya, terutama mereka yang berada diposisi *Frontliner* atau siapapun yang berhubungan dengan perusahaan. Sikap dan pelayanan perusahaan tersebut menggambarkan citra perusahaan tempat mereka bekerja secara langsung maupun tidak langsung. Setiap karyawan suatu perusahaan harus memiliki sikap yang ramah dan menjunjung tinggi profesionalisme pekerjaannya serta punya rasa memiliki terhadap perusahaan, yang pada akhirnya dapat mendorong sikap ramah dan menjaga profesionalitas dalam bekerja.

3. Tindakan (*Action*)

Tindakan dalam pelayanan prima adalah tindakan nyata untuk memastikan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Pastikan dan lakukan konfirmasi atas kebutuhan pelanggan. Lakukan pencatatan atau permintaan pelanggan, sehingga ada *trackrakor*. Sebelum anda mengakhiri layanan, pastikan lagi apakah masih ada hal lain yang bisa anda bantu, kemudian jika sudah selesai melayani ucapkan terimakasih.

Katupkan tangan anda sebagai tanda anda menghormati dan menghargai pelanggan anda.

4. Penampilan (*Appearance*).

Pelampilan karyawan secara fisik maupun non fisik mencerminkan kredibilitas perusahaan. Penampilan karyawan khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan sangat penting bagi citra perusahaan. Perusahaan perlu menetapkan standar yang harus diikuti pegawai demi menjaga citra perusahaan. Misalnya, tampilan karyawan anda terlihat kusut, kumal, bau tidak sedap maka citra perusahaan anda juga akan terlihat kurang lebih sama dengan pegawai anda. Demikian juga sebaliknya, jika karyawan anda terlihat segar, rapi, dan wangi maka citra perusahaan anda akan naik dimata pelanggan anda.

5. Perhatian (*Attention*).

Perhatian adalah prinsip pelayanan prima berikutnya yang wajib dimiliki karyawan, terutama karyawan yang langsung berhadapan dengan pelanggan. Perhatian merupakan bentuk kepedulian kepada pelanggan, termasuk memberi perhatian pada kritik dan saran yang diberikan oleh pelanggan. Karyawan harus mengutamakan kepentingan pelanggan, apalagi jika pelanggan tersebut membutuhkan bantuan atau layanan, karyawan harus segera memberikan perhatiannya untuk dapat melayani pelanggan dengan baik.

6. Tanggung jawab (*Accountability*)

Tanggung jawab adalah sikap keberpihakan kita kepada pelanggan sebagai bentuk rasa empati dan kepedulian kita. Pelaksanaan sikap tanggung jawab dengan sepenuh hati akan dapat meminimalkan terjadinya ketidakpuasan pelanggan atau mitra perusahaan.

7. Simpati (*Sympathy*)

Simpati merupakan konsep dasar yang harus dimiliki saat proses pelayanan. simpati adalah sikap yang bisa merasakan apa yang dirasakan orang lain. menurut situs *Help Center* 3 hal penting

mengapa simpati itu diperlukan dalam pelayanan prima adalah sebagai berikut:

1. Simpati membantu anda lebih mudah mengetahui masalah yang ingin anda selesaikan. Simpati adalah sesuatu yang lebih dari sekedar merasakan emosi orang lain, tetapi juga langkah personal yang pada dasarnya membuat anda ikut merasakan posisi mereka sebagai pelanggan.
2. Simpati dapat membantu anda melihat cara-cara yang tidak profesional yang akan membahayakan merk perusahaan anda. Apabila anda mengedepankan emosi anda, anda bisa saja kehilangan kepercayaan pada produk anda yang menyebabkan anda tidak percaya diri dengan produk dan jasa yang anda tawarkan.
3. Simpati dapat mencegah anda melakukan pekerjaan yang tidak maksimal. Simpati tidak boleh dilakukan dengan emosional karena melibatkan masalah dalam pekerjaan anda akan mempengaruhi hasil akhir anda menjadi tidak baik dan maksimal.

2.1.2 Tujuan dan Manfaat *Service Excellent*

Menurut Nurlia (2018) dalam jurnalnya berjudul *Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent*, tujuan dan manfaat *Service Excellent* yaitu tujuan pelayanan prima adalah memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi profit, sedangkan pelayanan prima pada sektor publik bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat secara sangat baik atau terbaik. Perbaikan pelayanan sektor publik merupakan kebutuhan yang mendesak sebagai kunci keberhasilan reformasi administrasi negara. Pelayanan prima bertujuan memberdayakan masyarakat, bukan

memperdayakan atau membebani, sehingga akan meningkatkan kepercayaan (*Trust*) terhadap pemerintah. Kepercayaan adalah modal bagi kerjasama dan partisipasi masyarakat dalam program pembangunan.

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan pemerintah kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau stakeholder dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu, tempat dan proses pelayanan yang seharusnya. Secara lebih luas, keberhasilan pelayanan prima diharapkan berujung pada hasil berikut:

- a. Pelanggan memutuskan untuk langsung membeli produk/jasa yang kita tawarkan pada saat itu juga.
- b. Menciptakan kepercayaan pelanggan atas produk/jasa yang kita tawarkan.
- c. Pelanggan tetap setia menggunakan produk jasa kita.
- d. Pelanggan membeli kembali produk/jasa kita.
- e. Menghindari terjadinya tuntutan atau komplain yang tidak perlu dari pelanggan.

2.1.3 Pentingnya Pelayanan Prima (*Service Excellent*)

Pelayanan prima mempunyai peranan penting dalam bisnis baik dari sisi pelanggan internal maupun pelanggan eksternal, karena sangat berpengaruh pada loyalitas pelanggan kepada organisasi/perusahaan. Demikian juga jika pelayanan prima ini dilakukan oleh pihak non-komersil atau pemerintah. Menurut Nurlia (2018) dalam jurnalnya berjudul *Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent* mengemukakan bahwa pentingnya pelayanan prima (*Service Excellent*), yaitu:

1. Pelayanan Prima Bagi Pelanggan Internal

Pelanggan internal adalah orang-orang yang terlibat dalam proses produksi barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Seperti semboyan para pelaku bisnis yang menyatakan: “Bila pegawai tidak terpuaskan, Anda tidak akan mempunyai pelanggan yang terpuaskan.” Maka dengan melaksanakan pelayanan prima di lingkungan internal, akan menunjang kelancaran proses produksi barang atau pembentukan jasa. Keberhasilan pembudayaan pelayanan prima di lingkungan internal, akan menjadi tonggak dasar dalam mewujudkan pelayanan prima di lingkungan eksternal.

2. Pelayanan Prima Bagi Pelanggan Eksternal

Kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan peluang besar bagi perusahaan untuk mendapatkan keuntungan melalui penjualan barang/jasa yang ditawarkan. Memberikan pelayanan prima kepada pelanggan eksternal diharapkan dapat meningkatkan loyalitas kepada perusahaan. Begitu juga dengan pelayanan prima di organisasi non-komersil dan instansi pemerintahan, bagaimana mereka mengimplementasikan pola manajemen untuk memfasilitasi kebersamaan, kerjasama, dan upaya-upaya lain yang bisa diwujudkan agar pengurus dan pegawai dapat bekerja sesuai dengan tujuan organisasi tersebut.

Pelayanan prima yang diberikan kepada masyarakat diharapkan akan menimbulkan loyalitas dan kepatuhan dari masyarakat sehingga instansi yang bersangkutan dapat menarik manfaat untuk menyelesaikan misinya.

2.1.4 Dimensi *Service Excellent* dalam Kualitas Pelayanan

Menurut Vincent Gaspersz, profesor bidang teknik sistem dan manajemen industri yang dikutip oleh Nurlia (2018) dalam jurnalnya berjudul *Strategi Pelayanan Dengan Konsep Service Excellent* mengemukakan bahwa kualitas pelayanan memiliki dimensi-dimensi seperti:

1. Kecepatan waktu pelayanan.
2. Akurasi/ketepatan pelayanan.
3. Kesopanan dan keramahan pelaku usaha.
4. Tanggung jawab dalam menangani komplain pelanggan.
5. Jumlah petugas yang melayani dan fasilitas pendukung lainnya.
6. Kualitas pelayanan yang berkaitan dengan lokasi pelayanan, ketersediaan informasi, dan, petunjuk / panduan lainnya.
7. Kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kenyamanan, fasilitas, dan teknologi, dan lain-lain.

Sebagai perbandingan, berikut adalah definisi pelayanan prima (*excellent service*) yang diungkapkan oleh para pelaku usaha:

1. Membuat pelanggan merasa penting.
2. Melayani dengan ramah, tepat, dan cepat.
3. Pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan .
4. Menempatkan pelanggan sebagai mitra.
5. Pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.

Untuk lebih jelasnya, berikut contoh definisi pelayanan prima (*Excellent Service*) pada beberapa bidang usaha:

1. Pada bidang usaha jasa transportasi angkutan penumpang, mungkin pengusahanya mendefinisikan layanan prima sebagai pemberian kepuasan optimal pada penumpang, dengan memberikan fasilitas yang aman, nyaman, cepat, dan murah.
2. Di bidang manufaktur mungkin pengusahanya mendefinisikan layanan prima sebagai program layanan yang menjamin kualitas produk yang ditawarkan sehingga, pelanggannya merasa puas.
3. Di bidang delivery mungkin pengusahanya berusaha untuk memberikan pelayanan, pengiriman yang cepat dan tepat waktu serta jaminan keamanan kiriman sampai ke, tempat yang dituju sebagai layanan primanya.

4. Di bidang kuliner mungkin pengusahanya mendefinisikan layanan prima dengan menjagamutu dan kesegaran dari bahan makanan yang digunakan, penyajian tepat waktu, dengan, kualitas rasa yang memuaskan pelanggannya.

2.1.5 Keterampilan Dasar dalam *Service Excellent*

Menurut Bastiar (2010) dalam jurnalnya berjudul *Service Excellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan*, dalam menerapkan *Service Excellent* diperlukan keterampilan dasar dalam pelayanan, yaitu:

1. Memusatkan perhatian pada pelanggan.
2. Memberikan pelayanan yang efisien.
3. Membina hubungan baik dan harmonis.
4. Memberikan penjelasan dan informasi.
5. Mengetahui keinginan pelanggan.
6. Menjelaskan jasa pelayanan yang dapat diberikan oleh perusahaan.
7. Mengalihkan tugas pelayanan kepada orang lain.

Menemukan kunci pelayanan sangat mudah yang harus perusahaan lakukan adalah memetakan pengalaman seorang konsumen ketika menggunakan produk atau jasa layanan perusahaan, kalau proses ini sudah dipetakan perusahaan akan mudah menemukan kunci pelayanan, kunci inilah yang perlu di sempurnakan oleh para manager atau petinggi perusahaan sehingga dapat memberikan pengalaman yang dahsyat bagi setiap konsumen.

Harapan konsumen terhadap produk yang mereka gunakan adalah mengharapkan perhatian dan bantuan, kebutuhan akan informasi dan penjelasan, keramahan dan tanggapan. Konsumen ingin kejutan (mereka ingin mendapatkan yang lebih dari harapannya).

2.1.6 Hal Penting dalam *Service Excellent*

Menurut Bastiar (2010) dalam jurnalnya berjudul *Service Excellent Dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan*, dalam menerapkan *Service Excellent* diperlukan hal-hal yang harus diperhatikan karyawan dalam menghadapi pelanggan, yaitu:

1. Senyumlah dengan tulus, senyum sangatlah mudah dan penting. Banyak karyawan tidak tersenyum karena: lupa, frustrasi bekerja, dan sudah letih tersenyum. Namun bagi pelanggan, inilah kali pertama dia di perusahaan Jadi, tersenyumlah.
2. Berikan salam yang antusias.
3. Tanya dan tawarkan bantuan, bayangkan oleh petugas yang melayani konsumen bahwa dia berada di posisi sebagai konsumen. Jika dia sedang melayani pelanggan dan mereka perlu sesuatu, bayangkan bahwa dia yang membutuhkan bantuan tersebut. Pelayanan seperti apa yang ingin dia terima dan membuat dia puas? Bayangkanlah kalau berada di posisi pelanggan. Bersikaplah lebih simpatik.
4. Berikan solusi dan penjelasan yang terbaik kepada para konsumen.
5. Evaluasi apakah sesuai dengan harapannya, ulangi permintaan pelanggan. Sebelum memproses permintaan pelanggan Tindakan sederhana ini menunjukkan bahwa petugas yang melayani pelanggan benar-benar ingin memahami permintaannya dengan tepat, dan pelanggan diyakinkan bahwa petugas yang melayani telah memahaminya dengan tepat.
6. Lakukan pengecekan ulang. Jika pelanggan memesan satu produk yang diyakini bahwa barang tersebut pasti sudah habis.
7. Pusatkan perhatian pada pelanggan. Kontak mata yang baik merupakan aspek yang paling penting dalam komunikasi tatap muka. Hal ini menunjukkan bahwa petugas yang melayani pelanggan menyimak dengan cermat apa yang dikatakan pelanggan. Jangan mengalihkan pandangan ketika pelanggan

berbicara dan menjelaskan persoalannya. Tetaplah memusatkan perhatian pada pelanggan ketika berbicara dengannya.

8. Ajukan pertanyaan-pertanyaan. Salah satu cara terbaik untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan adalah dengan menengarkan pendapat pelanggan dan mengajukan pertanyaan untuk menggali informasi lebih jauh. Dengan demikian perusahaan dapat memahami masalah dan kebutuhan mereka dengan lebih baik sehingga dapat memberikan solusi yang lebih baik. Semuanya ini membantu dalam memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan.
9. Jawablah dengan kalimat lengkap. Dalam dunia layanan yang baik kepada pelanggan, jawaban yang terdiri atas satu kata dianggap kasar. Jawaban dengan satu kata menyampaikan kesan malas atau tidak profesional. Menjawab dengan kalimat lengkap menunjukkan citra yang lebih professional.
10. Berikan perhatian kepada anak-anak. Pelanggan yang mengajak anak-anaknya membuka peluang memberikan layanan yang baik. Petugas yang melayani pelanggan hanya perlu menunjukkan perhatian tulus kepada anaknya. Berbicaralah, bersendaguraulah, dan bermainlah dengannya. Berikan pujian kepadanya. Yang lebih baik, berjongkok atau berlututlah di samping anak tersebut. Semuanya ini membuat orangtuanya senang. Jadi jangan pernah abaikan anakanak.
11. Berikan layanan ekstra. Lakukan sesuatu yang menunjukkan perhatian perusahaan kepada kebutuhan pelanggan. Semua konsumen suka hadiah. Temukan kesempatan untuk membuat pelanggan senang dengan memberi hadiah sederhana. Mereka akan memiliki kesan khusus terhadap pemberian tersebut.
12. Ucapkan terima kasih dengan tulus.
13. Ucapkan salam kepada pelanggan apabila selesai bertransaksi.
14. Lakukan tindak lanjut. Sehari setelah pelanggan membeli produk, staf penjualan menelepon kepada pelanggan untuk menanyakan

apakah produk yang sudah dibeli berfungsi dengan baik, apakah pelanggan membutuhkan bantuannya untuk memberikan informasi lebih jelas dan detail tentang penggunaan produk tersebut.

2.2 Kepuasan Pelanggan

2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler yang dikutip oleh Fahriza dkk (2023) dalam jurnalnya berjudul *Analisis Kualitas Pelayanan Bengkel Dealer Toyota Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Astra International Tbk - Auto 2000 Cabang Suci Bandung Menggunakan Metode Gap Analysis Dan Importance Performance Analysis (Ipa)*, mengemukakan bahwa “Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.” Menurut Wilkie yang dikutip oleh Andrayani dkk (2023) dalam jurnalnya berjudul *Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toyota Auto2000 Karawang*, mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai respons emosional terhadap evaluasi pengalaman menikmati produk atau layanan.”

Sedangkan menurut Ismail dan Harun yang dikutip oleh Sulistyawati dan Seminari (2015) dalam jurnalnya berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*, mengemukakan bahwa “Kepuasan pelanggan merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan pelanggan tercapai maka akan timbul loyalitas dari pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi perusahaan.. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah elemen penting yang harus dipertanggungjawabkan demi meningkatkan tujuan perusahaan.”

2.2.2 Manfaat Tercapainya Kepuasan Pelanggan

Menurut Aryani dan Rosinta yang dikutip oleh Sulistyawati dan Seminari (2015) dalam jurnalnya berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*, mengungkapkan bahwa banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni:

1. Dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Mencegah terjadinya perputaran pelanggan.
3. Mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga.
4. Mengurangi biaya kegagalan pemasaran.
5. Mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatkan jumlah pelanggan.
6. Meningkatkan efektivitas iklan.
7. Meningkatkan reputasi bisnis.

2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Rangky yang dikutip oleh Wijaya dkk (2018) dalam jurnalnya berjudul *Pelanggan Dan Kepuasan*, terdapat delapan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Nilai.
2. Daya saing.
3. Persepsi pelanggan.
4. Harga.
5. Citra.
6. Tahap pelayanan.
7. Momen pelayanan.
8. Tingkat kepentingan pelanggan.

Sedangkan Suhaji yang dikutip oleh Wijaya dkk (2018) dalam jurnalnya berjudul *Pelanggan Dan Kepuasan*, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1. *Service quality.*
2. Biaya.
3. Kemudahan.

2.2.4 Faktor yang Menentukan Kepuasan Pelanggan

Menurut Zeithaml yang dikutip oleh Ruslim dan Rahardjo (2016) dalam jurnalnya berjudul *Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville*, faktor yang dapat menentukan puas atau tidaknya konsumen adalah:

1. *Product and Service Features.*

Kepuasan konsumen atas suatu produk atau jasa secara signifikan dipengaruhi oleh evaluasi konsumen atas fitur produk atau jasa. Konsumen akan membandingkan berbagai fitur dari jasa (contohnya harga dengan kualitas pelayanan dan keramahan dari personel pemberi jasa), tergantung pada tipe jasa yang dievaluasi.

2. *Consumer Emotions.*

Perasaan pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi atas kepuasan atas produk dan jasa. Perasaan seseorang atas produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh kondisi suasana hati seseorang ketika menggunakan produk atau jasa tersebut.

3. *Attributes for Service Success or Failure.*

Atribut dari jasa dapat mempengaruhi persepsi dari kepuasan. Ketika pelanggan dikejutkan oleh hasil yang mereka dapat, mereka akan mencoba mencari alasan di balik hal itu, penilaian mereka dapat mempengaruhi kepuasan mereka.

4. *Perceptions of Equity or Fairness.*

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi persepsi dari keadilan dan kewajiban. Pelanggan akan membandingkan apakah mereka diperlakukan secara adil dibandingkan pelanggan lain, apakah pelanggan lain mendapat perlakuan, harga dan kualitas pelayanan

yang lebih baik. Pikiran tentang keadilan adalah pusat persepsi konsumen atas kepuasan terhadap produk dan jasa.

5. *Other Consumers, Family Members and Coworkers.*

Selain dipengaruhi oleh perasaan dan persepsi seseorang, kepuasan pelanggan kadang dipengaruhi oleh orang lain, seperti anggota keluarga dan pelanggan lain. Hal-hal seperti pengalaman, perilaku dan pandangan pihak lain dapat mempengaruhi kepuasan.

2.2.4 Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler yang dikutip oleh Ruslim dan Rahardjo (2016) dalam jurnalnya berjudul *Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Segi Harga Dan Kualitas Pada Restoran Abuba Steak Di Greenville*, ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan seorang konsumen, cara yang dapat dilakukan adalah:

1. Sistem keluhan dan saran (*Complain and Suggestion System*).

Suatu organisasi yang berpusat pada konsumen, akan memudahkan pelanggan dalam member masukan dan keluhan atas pelayanan yang mereka rasakan. Beberapa cara yang umumnya dilakukan oleh perusahaan untuk menampung masukan dan keluhan dari para pelanggannya adalah dengan menyediakan kotak saran, menyebarkan kuesioner dan menyediakan customer hotline.

2. Survei kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Surveys*).

Survei ini dapat dilakukan dengan menghubungi pelanggan melalui telepon atau melakukan wawancara secara langsung. Dengan cara ini, perusahaan mendapat feedback secara langsung dari pelanggan serta membangun hubungan dengan pelanggannya.

3. *Ghost Shopping*.

Perusahaan menugaskan seseorang untuk berperan sebagai pembeli dan memberikan laporan mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan maupun pesaing perusahaan.

4. Analisis konsumen yang hilang (*Lost Customer Analysis*).

Analisis ini bertujuan untuk mempelajari mengapa pelanggan berhenti menggunakan jasa dan produk perusahaan. Untuk mengetahui hal-hal tersebut, perusahaan dapat melakukan exit interview. Perusahaan juga harus mencari tahu seberapa besar tingkat kehilangan pelanggan (*Customer Loss Rate*) untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya.

2.2.5 Dampak Kepuasan Bagi Pelanggan

Menurut Sulistyawati dan Seminari (2015) dalam jurnalnya berjudul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*, mengungkapkan bahwa kepuasan yang dirasakan pelanggan secara langsung akan membuat pelanggan merasa yakin bahwa perusahaan telah mampu berbuat sesuai dengan harapannya.

2.3 Unit GR (*General Repair*)

2.3.1 Pengertian GR (*General Repair*)

Menurut Ramdhani dkk (2022) dalam jurnalnya berjudul *Sistem Penjadwalan Antrian Service Mobil Toyota Menggunakan Algoritma Genetika Di Auto2000 Pasteur*, Auto2000 terdapat bengkel dengan fasilitas GR (*General Repair*) yaitu layanan purna jual yang menawarkan jasa perbaikan berupa servis perawatan berkala maupun perbaikan umum berkaitan dengan mesin, sasis atau kerangka kendaraan, serta kelistrikan untuk seluruh tipe mobil Toyota.

Menurut Mahyudi dan Painem (2022) dalam jurnalnya berjudul *Implementasi Metode Forward Chaining Berbasis Web Untuk Mendiagnosa Kerusakan Chasis Pada Kendaraan Toyota Di Auto2000 Permata Hijau*, mengemukakan bahwa pada umumnya

kendaraan yang masuk ke bengkel bervariasi mulai dari pekerjaan ringan, perawatan berkala, hingga perbaikan umum GR (*General Repair*) yang terkadang di dalamnya terdapat *troubleshoot* yang membutuhkan diagnosa kerusakan awal agar membantu mempercepat proses pengerjaan dan pemesanan kebutuhan *sparepart*.

2.3.2 Tujuan GR (*General Repair*)

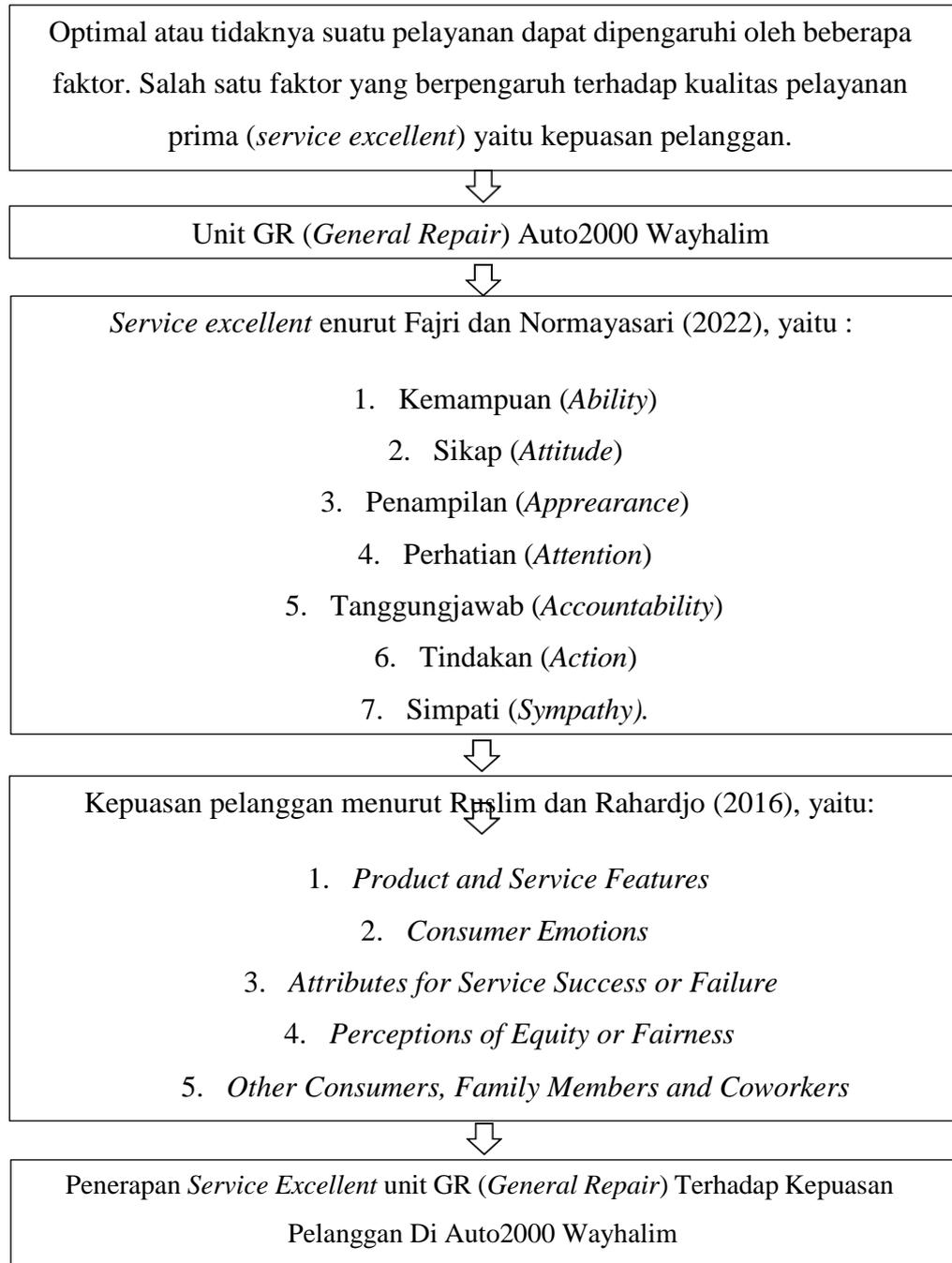
Menurut Ramdhani dkk (2022) dalam jurnalnya berjudul *Sistem Penjadwalan Antrian Service Mobil Toyota Menggunakan Algoritma Genetika Di Auto2000 Pasteur*, memiliki tujuan yaitu layanan GR (*General Repair*) mengedepankan kepuasan pelanggan dengan terus menjaga kualitas, biaya, serta *lead time* pengerjaan.

2.4 Kerangka Pikir

Untuk mempermudah suatu penelitian perlu dibuat kerangka pikir atau konsep dengan tujuan membuat arah penelitian menjadi jelas. Pelayanan prima merupakan terjemahan dari *Service Excellent* yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik. Pelayanan prima adalah pelayanan yang diberikan kepada masyarakat/pengguna jasa (*Customer*) minimal sesuai dengan standar sehingga orang yang dilayani merasa puas, gembira atau senang.

Dalam mencapai tujuan, suatu organisasi terutama dalam bidang jasa sebaiknya memberikan pelayanan prima untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Optimal atau tidaknya suatu pelayanan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan prima (*Service Excellent*) yaitu kepuasan pelanggan.

Semakin baik kualitas pelayanan yang kita berikan maka semakin tinggi juga tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Nilai perusahaan tergantung pada kualitas layanannya. Jika layanannya buruk atau salah satu pelayan tidak penuh perhatian, itu akan menyebabkan pelanggan kehilangan kepercayaan pada perusahaan dan kualitasnya.



Gambar 1. Kerangka Pikir

Sumber : Hasil Penelitian, 2024

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI

3.1 Gambaran Umum

3.1.1 Sejarah Perusahaan

Nama Auto2000 sebelumnya adalah PT. Astra International–Toyota Sales Operation. Pihak management pusat PT. Astra International–Toyota Sales Operation mempopulerkan nama Auto2000 dengan pertimbangan nama Auto2000 lebih singkat dan mudah diingat oleh masyarakat, sekaligus menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sejak dini telah mempersiapkan diri untuk memasuki era tahun 2000. PT. Astra International - Toyota Sales Operation pertama kali didirikan pada tahun 1975 dengan nama PT. Astra Motor Sales.

Auto2000 adalah perusahaan yang melakukan jasa penjualan otomotif, perawatan, serta perbaikan suku cadang Toyota yang sistem manajemennya ditangani penuh oleh PT. Astra Internasional Tbk. Auto2000 adalah main dealer mobil Toyota terbesar di Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 1975 dengan nama Astra Motor Sales dan pada tahun 1989 diubah menjadi Auto2000. Pada tahun 1989 PT. Astra Motor Sales bergabung dan menjadi divisi penjualan dari PT. Astra International kemudian berganti nama menjadi PT. Astra International – Toyota Sales Operation atau Auto2000. Kantor pusat Auto2000 terletak di jalan gaya motor III/3 sunter II Jakarta utara

Pada saat ini Auto2000 adalah main dealer Toyota terbesar yang menguasai antara 70-80% dari total penjualan Toyota. Auto2000 merupakan jaringan jasa penjualan, perawatan perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang manajemennya ditandatangani penuh oleh PT. Astra International Tbk. Selain cabang-cabang Auto2000 yang berjumlah 71 outlet, Auto2000 juga mempunyai dealer yang tersebar di seluruh Indonesia, yang totalnya berjumlah 67 outlet.

Saat ini Auto2000 telah menguasai sekitar 42% total penjualan Toyota dan dalam bisnisnya Auto2000 menjadi Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Toyota. Auto2000 telah berkembang hingga menjadi 181 outlet yang telah diotorasi. Auto2000 memiliki slogan “Urusan Toyota jadi mudah!” yang mengutamakan pelayanan terhadap customer Toyota dengan kemudahan mencari informasi melalui website, aplikasi mobile, dan call center yang dapat diakses dimana saja, kenyamanan bagi pelanggan dengan fasilitas tempat yang nyaman, modern, dan aman, transaksi dengan sistem layanan *one stop shopping service* yang berkerja sama dengan berbagai perusahaan pelayanan jasa, memaksimalkan pelayanan dalam kemudahan menerima kendaraan sesuai kesepakatan secara tepat waktu, serta kemudahan jasa layanan kepemilikan kendaraan sebagai proyek penunjang kebutuhan Toyota Family.

Sesuai dengan slogan-nya “Urusan Toyota Lebih Mudah!”, Auto2000 senantiasa berupaya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh pelanggannya dalam membeli dan memiliki kendaraan Toyota melalui:

- a. Kemudahan dalam mencari informasi tentang Toyota di Auto2000 Asia Afrika melalui *website*, aplikasi *mobile*, & *call center* yang dapat diakses kapanpun & dimanapun.
- b. Kenyamanan bagi pelanggan dengan fasilitas outlet Auto2000 yang *modern, warm, & pressure free*.
- c. Kemudahan & kenyamanan transaksi dengan layanan *one stop shopping service* Auto2000 yang bekerjasama dengan berbagai *value chain*.
- d. Kemudahan dalam mendapatkan kendaraan sesuai kesepakatan, tepat waktu, dan melampaui harapan pelanggan.
- e. Kemudahan mendapatkan jasa layanan *after sales service* terbaik selama kepemilikan kendaraan, dengan berbagai project penunjang yang inofatif.

Dengan demikian, terdapat 147 cabang yang mewakili penjualan Auto2000 di seluruh Indonesia. 48 bengkel Auto2000 merupakan yang terbesar dan terlengkap di Asia Tenggara. Disamping itu Auto2000 juga memiliki 407 partshop yang menjamin keaslian suku cadang produk Toyota. Sebagai penyalur utama kendaraan bermotor merk Toyota, wilayah pemasaran Auto2000 pada saat ini menjangkau seluruh Indonesia, yang mencakup wilayah Sumatra (kecuali provinsi Jambi, Riau dan Bengkulu), Jawa (kecuali Jawa Tengah dan DI Yogyakarta), Kalimantan, Bali, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur.

Secara lebih rinci kantor cabang Auto2000 dan dealer resmi Auto2000 yang terdapat di Indonesia pada saat ini adalah sebagai berikut:

1. Sumatera
 - a. Banda Aceh
 - b. Medan
 - c. Padang
 - d. Palembang
 - e. Tanjung Karang
2. Jakarta dan Jawa Barat
 - a. Jakarta
 - b. Bandung
 - c. Cirebon
3. Jawa Timur
 - a. Malang
 - b. Jember
4. Kalimantan
 - a. Pontianak
 - b. Balikpapan
5. Bali (Denpasar)
6. Nusa Tenggara Barat
7. Nusa Tenggara Timur

Toyota Auto2000 memiliki 6 cabang di Provinsi Lampung yaitu:

1. Wayhalim
2. Raden Intan
3. Rajabasa
4. Kota Bumi
5. Kota Metro
6. Tulang Bawang.

3.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

1. Visi Auto2000 adalah menjadi dealer otomotif terbaik di Indonesia dengan proses dan pelayanan kelas dunia. Visi dari Auto2000 adalah “menjadi dealer otomotif yang terbaik di Indonesia melalui proses dan layanan pelanggan yang bertaraf international.
2. Misi Auto2000 memiliki empat misi, yaitu:
 - a. Memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.
 - b. Mencapai pangsa pasar nomor satu untuk Toyota.
 - c. Menyediakan lingkungan kerja yang aman dan nyaman bagi karyawan.
 - d. Menciptakan nilai tambah ekonomis bagi pemegang saham.
3. Tujuan Auto2000, yaitu:
 - a. *Market leader number one in sales, volume, and Market share.*
Menjadi pemimpin pasar dalam bisnis otomotif dengan volume penjualan nomor satu.
 - b. *Best distribution network.*
Memiliki jaringan distribusi yang luas.
 - c. *Customer satisfaction and good attitude people.*
Menciptakan kepuasan pelanggan dan karyawan Auto2000.
 - d. *Highly competence and good attitude people.*
Karyawan Auto2000 memiliki sikap, prilaku, etika kerja, serta kepribadian yang tinggi.
 - e. *Financial soundness.*
Mampu menciptakan laba yang memadai.

3.1.3 Logo Perusahaan

Logo Auto2000 yang merupakan anak perusahaan PT. Astra Internasional Tbk, khusus Toyota menjelaskan bahwa Auto adalah dealer otomotif utama dan terbesar yang memberikan layanan terbaik bagi seluruh rakyat. Arti dari logo Auto2000 itu sendiri terlihat jelas pada tagline pada logonya “Urusan Toyota jadi Mudah!” menggambarkan bahwa Auto2000 merupakan salah satu dealer Toyota resmi di Indonesia yang ingin memudahkan para customernya dalam urusan mobil toyota dari mulai pembelian sampai perawatan mobil toyota itu 16 sendiri. Perpaduan warna dan bentuk logonya sendiri dirancang hanya untuk identitas perusahaan, agar para customer lebih mengenal Auto2000.



Gambar 2. Logo Perusahaan

Sumber : Data Internal Auto2000 Wayhalim

3.1.4 Bidang Usaha atau Produk Perusahaan

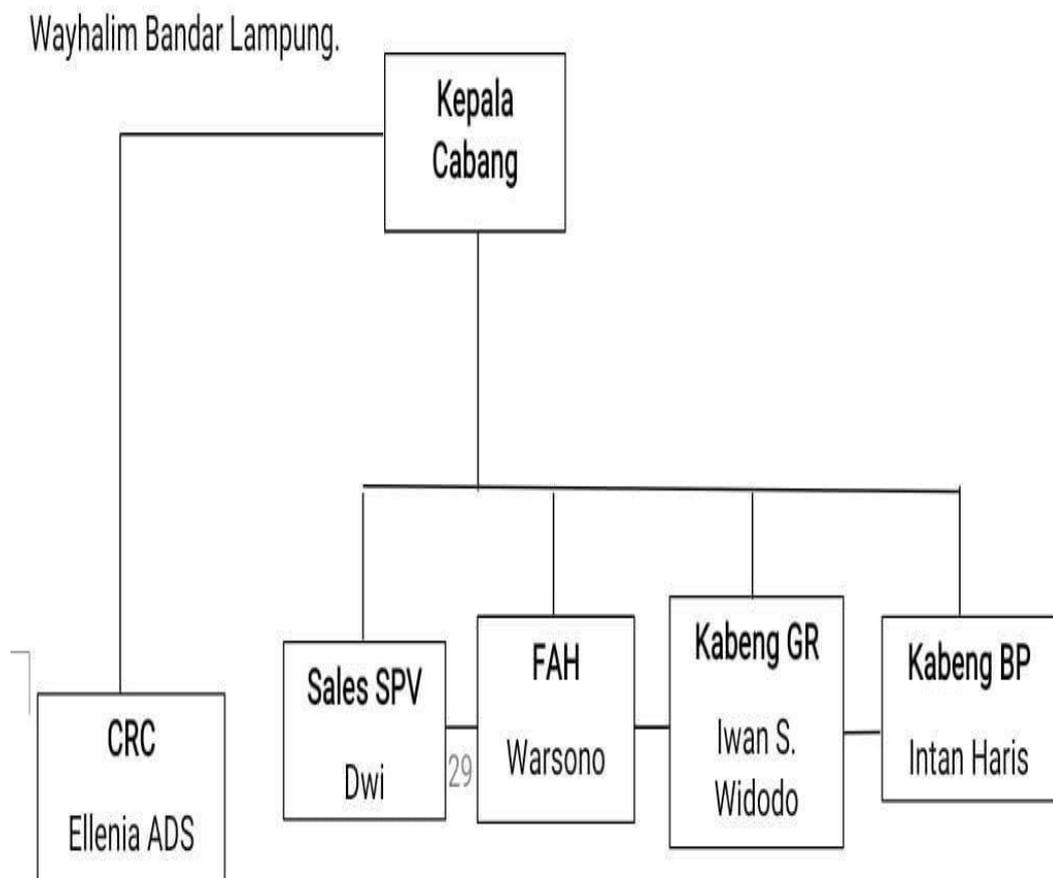
Auto2000 menawarkan penjualan serta jasa untuk kendaraan bermobil Toyota kepada customer terdapat 4 jenis kategori mobil berdasarkan kebutuhan antara lain jenis sedan dan hatchback Toyota (New Agya, All

New Camry, All New Camry Hybrid, New Corolla Altis, New Vios, dan New Yaris), jenis MPV atau mobil keluarga (All New Calya, New Kijang Innova, All New Sienta, Alphard, New Avanza, New Venturer, Vellfire, New Veloz, dan All New Voxy), jenis SPV atau Sport & Touring (All New Fortuner, All New Rush, Land Cruiser, New FT 86, All New C-HR, dan All New C-HR Hybrid), dan kategori Kendaraan Niaga (All New Hilux D Cab, All New Hilux S Cab, Dyna, dan Hi Ace). Untuk jasa layanan kepemilikan Auto2000 menawarkan berbagai jenis jasa seperti Auto2000 *Home Service (THS) service* fleksibel yang dapat dilakukan dirumah pemilik mobil, *Express Maintenance*, perawatan berkala kurang dari 1 jam, *Express Body & Paint* perbaikan body kendaraan dalam waktu 8 jam, *Booking Service* pemesanan perawatan kendaraan untuk *service, Maintenance Reminder System* jasa pengingat pelanggan dalam melakukan pengecekan serta service berkala.

3.1.5 Projek Penunjang yang Inovatif

1. *Auto2000 Home Service (THS)*–kemudahan *service* secara fleksibel untuk menghargai kualitas waktu pelanggan
2. *Express Maintenance*–kehandalan serta kecepatan perawatan kendaraan & service berkala kurang dari 1 jam
3. *Express Body & Paint*–kehandalan perbaikan body kendaraan 3 panel dalam waktu 8 jam yang merupakan satu-satunya layanan yang sudah tersertifikasi oleh Toyota di wilayah Asia Tenggara
4. *Booking Service*–kemudahan pemesanan untuk memastikan pengerjaan perawatan kendaraan yang berkualitas
5. *Maintenance Reminder System*–layanan/jasa pengingat bagi pelanggan dalam melakukan pengecekan, perawatan, serta service berkala untuk memastikan kualitas kendaraan Toyota tetap prima.
6. Serta berbagai produk inovatif lainnya yang akan senantiasa Auto2000 hadirkan bagi pelanggan.

3.2 Struktur Organisasi Instansi



Gambar 3. Struktur Organisasi

Sumber : Data Internal Auto2000 Wayhalim

Masing-masing orang di dalam Auto2000 Wayhalim Bandar Lampung memegang jabatan serta tanggung jawab yang berbeda:

1. Kepala Cabang dan Kepala Bengkel

Setiap cabang Auto2000 dipimpin oleh seorang kepala cabang yang mempunyai tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Mengadakan pengawasan secara umum atas operational cabang, mengkoordinasikan kegiatannya sesuai dengan rencana yang telah disetujui pusat.
- b. Memeriksa dan mengusulkan persetujuan atas rencana dan anggaran kerja yang disampaikan oleh bawahannya.

- c. Mengadakan pertemuan berkala dengan pimpinan departemen yang dibawahinya untuk membahas kegiatan bisnis cabang dengan prospeknya.
 - d. Memeriksa laporan-laporan yang disampaikan oleh bawahannya kemudian meneruskan informasi yang penting ke tingkat yang lebih tinggi (*operating manager atau operating director*).
2. Departement Administrasi

Departement Administrasi memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Merencanakan, merumuskan kebijakan , prosedur, dan rencana kerja di bidang administrasi dan keuang serta mengatur pelaksanaannya sesuai dengan kebijakan pusat.
- b. Mengembangkan serta memelihara sistem pengelolaan administrasi dan keuangan cabang.
- c. Mengatur penyediaan dan penggunaan dana sesuai dengan kebutuhan cabang berdasarkan kebijakan pusat.
- d. Mengkoordinasikan anggaran dari masing-masing bagian dan mengadakan pengawasa realisasinya berdasarkan anggaran yang telah disetujui.
- e. Memeriksa laporan keuangan yang ada, menganalisis dan mengirimkan kepusat.
- f. Mengatur jadwal pembayaran kewajinban cabang dengan pihak ketiga pada saat yang tepat sehingga tidak mengganggu *cash flow* cabang.
- g. Mengatur sistem penyimpanan uang, *check*, dan bilyet giro di tempat yang aman.
- h. Mengkoordinasikan dan mengawasi sistem administrasi persediaan dan penagihan.
- i. Menyetujui pengeluaran uang sesuai dengan batas wewenang yang diberikan dan sesuai dengan prosedur yang berlaku.
- j. Melaksanakan tugas lain yang dipercayakan oleh kepala cabang.

3. Kepala Administrasi

Kepala Administrasi memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Merencanakan, merumuskan kebijakan, prosedur dan rencana kerja di bidang administrasi dan keuangan serta mengatur pelaksanaannya sesuai dengan kebijakan pusat.
- b. Mengembangkan serta memelihara sistem pengelolaan administrasi dan keuangan cabang.
- c. Mengatur penyediaan dan penggunaan dana sesuai dengan kebutuhan cabang berdasarkan kebijakan pusat.
- d. Mengkonsolidasikan anggaran dari masing-masing bagian dan mengadakan pengawasan realisasinya berdasarkan anggaran yang telah disetujui.
- e. Memeriksa laporan keuangan yang ada, menganalisis dan mengirimkan ke pusat.
- f. Mengatur jadwal pembayaran kewajiban cabang dengan pihak ke tiga pada saat yang tepat sehingga tidak mengganggu aliran kas cabang.
- g. Mengatur sistem penyimpanan uang, check, dan bilyet giro di tempat yang aman.
- h. Mengkoordinasikan dan mengawasi sistem administrasi persediaan dan sistem penagihan.
- i. Menyetujui pengeluaran uang sesuai dengan batas wewenang yang diberikan dan sesuai dengan prosedur yang berlaku.
- j. Melaksanakan tugas lain yang dipercayakan oleh kepala cabang.

4. *Customer Relation Coordinator (CRC)*

Customer Relation Coordinator (CRC) memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Berperan sebagai jendela informasi bagi pelanggan tentang kualitas pelayanan di bidang penjualan dan layanan purna jual (*service* dan *parts*), dan juga mengenai masalah administrasi dan keuangan.

- b. Berperan sebagai jendela informasi bagi cabang, misalnya program yang sedang berjalan di cabang dan program-program dari head *office* yang berjalan di cabang.

5. *Personalia General Affair*

Personalia General Affair memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Melakukan administrasi personal general affair
- b. Memantau keperluan perusahaan, gedung, dan para pekerja
- c. Mengumpulkan dan melengkapi dokumen tagihan

6. *Sales*

Sales memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Mencari order surat pesanan kendaraan dan penyelesaian pembayaran, pengiriman kendaraan
- b. Mencari order pesanan kendaraan
- c. Melakukan collect uang muka, dan pelunasan pembayaran pelanggan
- d. Memberikan informasi harga, service, dan pelayanan kendaraan pada pelanggan
- e. Menyiapkan kendaraan dan melakukan pengecekan kendaraan serta kelengkapan administrasi penyerahan kendaraan pada customer.

7. *Sales Head*

Sales Head memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Membantu kepala cabang dalam menyusun program penjualan.
- b. Mengawasi dan mengarahkan penjualaln para salesman dan counter penjualan dari saat pemesanan sampai dengan realisasi.
- c. Bertanggung jawab terhadap pencapaian target kelompok salesman yang dibawahnya.
- d. Membuat dan menyerahkan laporan dan statistik penjualan tepat pada waktunya, sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- e. Mengadakan analisis terhadap harga dan perkembangan kompetitor dan melaporkannya kepada kepala cabang.

8. *Sales Supervisor*

Sales Supervisor memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Menjaga hubungan baik dengan para pelanggan dan berusaha menarik pelanggan-pelanggan baru.
- b. Memberikan pengarahan kepada salesman dalam menjalankan tugas penjualan agar target penjualan dapat tercapai.
- c. Membantu bagian penagihan untuk mengikuti dan membantu pencairan tagihan-tagihan yang belum terbayar.
- d. Melaksanakan tugas lain yang dibebankan oleh kepala cabang dan head sales.

9. *Sales Force*

Sales Force memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Mencari order.
- b. Menjual kendaraan.
- c. Melayani pembeli secara tunai dan kredit.
- d. Menjaga hubungan yang baik dengan para pelanggan.
- e. Menunjukkan sifat ramah dan sopan dalam melayani pelanggan dan calon pelanggan.
- f. Mempersiapkan laporan harian, mingguan, dan bulanan kepada supervisor.

10. Administrasi Penjualan (*Billing Unit*)

Administrasi Penjualan (*Billing Unit*) memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Memeriksa Surat Pesanan Kendaraan (SPK), yaitu memeriksa kelengkapan dan kebenaran SPK yang dibuat oleh salesman, karena SPK merupakan sumber data pertama yang menjadi dasar argumen bila terjadi masalah di kemudian hari atas penjualan tersebut.
- b. Melakukan penyediaan kendaraan sesuai dengan tipe, warna, dan janji penyerahan yang ada pada SPK melalui proses “ Antrian Wilayah” atau mencari stock di cabang atau antar cabang.
- c. Melakukan order pembelian optional sesuai dengan SPK kepada supplier yang telah ditunjuk AUTO 2000 pusat dan mem-follow up pelaksanaannya di lapangan.
- d. Memproses pembuatan STNK dan BPKB.

- e. Menerbitkan faktur jual dan BSTB (Bukti Serah Terima Barang).
- f. Memonitor piutang dengan cara melaksanakan proses pencatatan transaksi penjualan ke buku piutang sesuai dengan sistem dan prosedur yang berlaku juga melakukan penagihan piutang dan mem-follow up penagihan tersebut sampai dengan lunas.
- g. Memproses pembayaran hutang optional.
- h. Melaksanakan proses purna jual, melakukan proses administrasi penjualan atas non vehicle income seperti perpanjangan STNK, balik nama, asuransi, dan optional kendaraan.
- i. Melaksanakan fungsi internal control, melakukan cross check dan control apakah suatu proses penjualan mulai dari penerimaan pesanan sampai dengan pelunasannya sesuai dengan sistem dan prosedur yang telah ditentukan.
- j. Membuat pelaporan terhadap hasil penjualan baik itu kendaraan ataupun jasa service kendaraan beserta sparepartnya.

11. Koordinator THS (THS *Coordinator*)

THS memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Menerima telepon atau panggilan dari Pelanggan untuk melakukan servis kendaraan.
- b. Melakukan pencatatan data Pelanggan dan keluhan yang ada pada SAP.
- c. Mendistribusikan pekerjaan kepada mekanik THS melalui radio panggil/alat komunikasi.
- d. Membantu menyelesaikan persoalan yang dihadapi mekanik THS, dengan menjelaskan cara “*Trouble Shooting*”
- e. Mendukung mekanik THS dalam penyediaan suku cadang dan penyediaan *tools*.
- f. Membuat laporan berkala mengenai *job return, problem* yang dihadapi, untuk diserahkan pada atasan.
- g. Memeriksa hasil kerja mekanik sesuai dengan Perintah Kerja Bengkel (PKB) via follow up ke Pelanggan.
- h. Mengecek ulang notifikasi untuk memastikan pekerjaan.

- i. Memperbaharui notifikasi untuk memonitor pekerjaan.
 - j. Mengecek ulang *Service Order*.
 - k. Melakukan pencatatan Penagihan Dan Pembayaran pada SAP.
 - l. Mencetak Faktur yang akan dikirim oleh mekanik.
 - m. Melakukan pengumpulan kepada pelanggan lewat telepon dan “*follow up*”.
 - n. Mengatur mekanik THS.
 - o. Monitoring performance THS yang dikelola (Unit Entry, Revenue, Jumlah Mekanik THS).
 - p. Menerima pembayaran dari mekanik THS sesuai dengan laporan.
 - q. Menyerahkan hasil pembayaran ke kasir.
- Wewenang :
- a. Mendistribusikan pekerjaan pada mekanik THS.
 - b. Mengusulkan training bagi mekanik THS.

12. *Cashier*

Cashier memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Melaksanakan pembayaran berdasarkan bukti-bukti pembayaran yang telah disetujui.
- b. Menerima pembayaran dan membuat bukti penerimaan atas uang tunai atau cek atau bilyet giro dari pelanggan maupun dari pihak ketiga.
- c. Memberikan kuitansi penagihan kepada collector dan meminta kuitansi-kuitansi yang tidak tertagih.
- d. Menerima semua hasil penagihan dari collector sesuai dengan prosedur yang berlaku.
- e. Menyetorkan uang tunai, cek, atau bilyet giro yang diterima, paling lambat keesokan harinya.
- f. Bertanggung jawab atas keamanan jumlah uang, cek atau bilyet giro yang ada di cabang.

13. *Foreman*

Foreman memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Melakukan pembagian tugas kepada para mekanik yang dibawahinya sehingga kegiatan dapat dilaksanakan dengan lancar.
- b. Menganalisa catatan atas keluhan dari pemilik kendaraan.

- c. Bertanggungjawab atas mutu pekerjaan mekanik selama melakukan checking sebelum kendaraan diserahkan ke *Service Advisor*.
- d. Melakukan pembagian tugas mekanik dengan mencatat jam pekerjaan.

14. *Sparepart*

Sparepart memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Melayani pemesanan suku cadang kendaraan yang dipesan oleh bengkel.
- b. Melayani pembelian langsung suku cadang kendaraan kepada pelanggan perorangan maupun dealer-dealer suku cadang di wilayahnya.

15. Mekanik

Mekanik memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Melakukan pekerjaan perbaikan.
- b. Meminta dan mengambil suku cadang dan bahan yang dibutuhkan dalam pekerjaan perbaikan kendaraan.

16. *Creative Art Director*

Creative Art Director memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

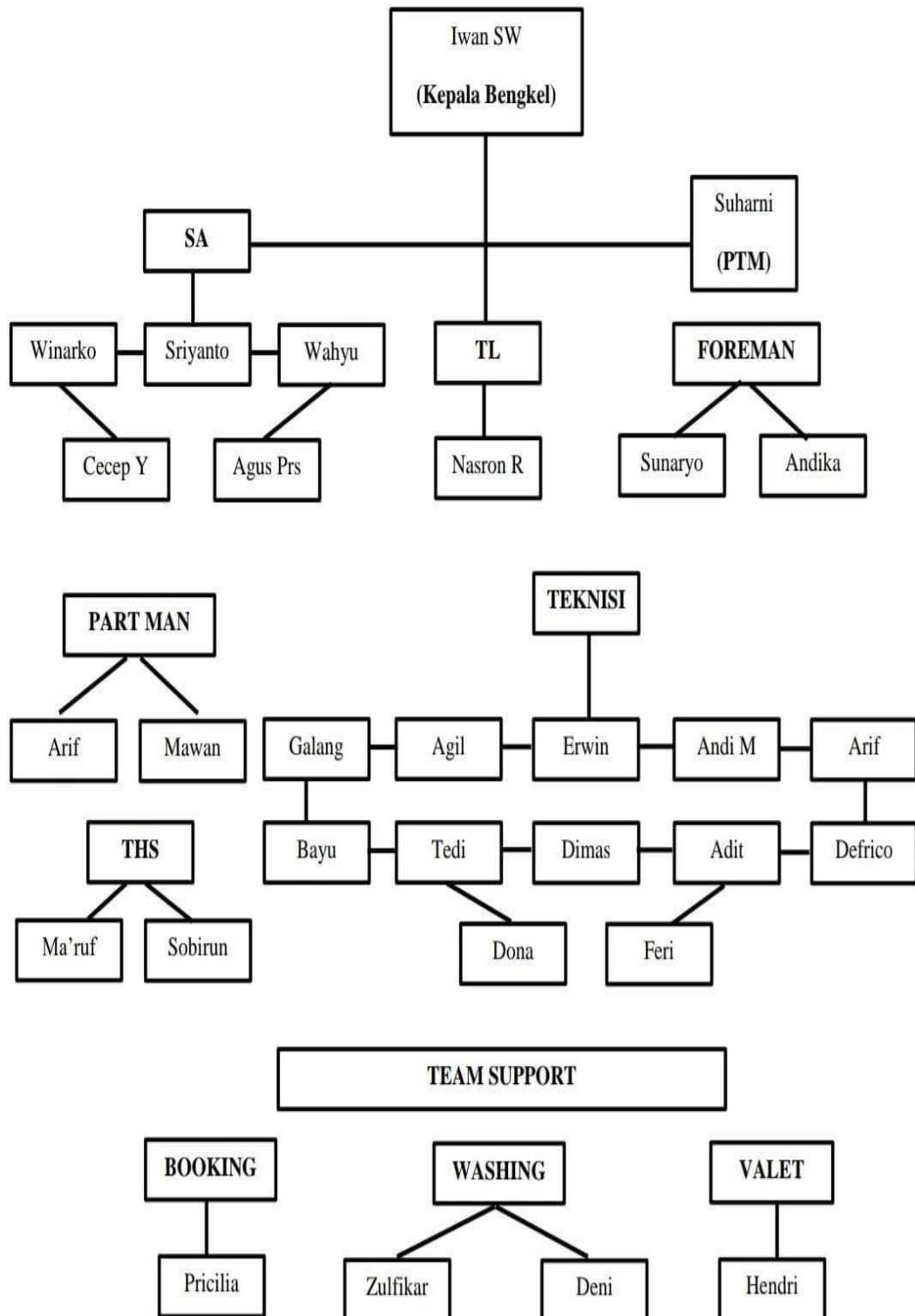
- a. Membuat Konsep Promosi dan Marketing untuk perusahaan
- b. Mendesain Konsep Promosi dan Marketing untuk perusahaan
- c. Mengurus keperluan percetakan dan esekusi dalam desain

17. Teknisi

Teknisi memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Mengerjakan perbaikan / perawatan kendaraan sesuai perintah yang ada pada PKB, sesuai dengan standar pengerjaan dan standar K3 yang berlaku.
- b. Mencatat pekerjaan yang dilakukan di kolom PKB dan mencatat waktu kerja (waktu mulai dan waktu penyelesaian pekerjaan) pada kertas kerja atau *check sheet* yang berlaku untuk menentukan *flate rate*.
- c. Menginformasikan kerusakan yang ditemukan diluar PKB pada Foreman / Karu untuk ditindak lanjuti.
- d. Memeriksa ulang hasil kerjanya dan menyerahkan PKB yang telah diisi kepada Kepala Regu / Foreman untuk diperiksa.

3.3 Struktur Organisasi Unit GR (*General Repair*)



Gambar 4. Struktur Unit GR (*General Repair*)

Sumber : Data Internal Auto2000 Wayhalim

Masing-masing orang di dalam Auto2000 Wayhalim Bandar Lampung memegang jabatan serta tanggung jawab yang berbeda:

a. Kepala Cabang dan Kepala Bengkel

Kepala cabang yang mempunyai tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Mengadakan pengawasan secara umum atas operational cabang, mengkoordinasikan kegiatannya sesuai dengan rencana yang telah disetujui pusat.
- b. Memeriksa dan mengusulkan persetujuan atas rencana dan anggaran kerja yang disampaikan oleh bawahannya.
- c. Mengadakan pertemuan berkala dengan pimpinan departemen yang dibawahinya untuk membahas kegiatan bisnis cabang dengan prospeknya.
- d. Memeriksa laporan-laporan yang disampaikan oleh bawahannya kemudian meneruskan informasi yang penting ke tingkat yang lebih tinggi (*operating manager atau operating director*).

b. *Service Advisor*

Service Advisor memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- b. Bertanggung jawab melayani kebutuhan pelanggan yang datang dan keluar bengkel dengan mendengarkan, menganalisa, dan menjelaskan tentang kerusakan kendaraan, membuat PKB dan estimasi waktu serta biaya untuk mencapai kepuasan pelanggan, serta menjaga kerapian data-data kendaraan pelanggan.
- c. Melayani pelanggan, yaitu menganalisa kerusakan dan memeriksa kendaraan, serta menjelaskan hasil pemeriksaan pada pelanggan.
- d. Memasukkan data keluhan pelanggan mengenai kondisi kendaraan pelanggan ke komputer.
- e. Membuat Perintah Kerja Bengkel (PKB).
- f. Membuat penawaran dari pekerjaan perbaikan kendaraan atau estimasi biaya dan waktu perbaikan pada pelanggan.
- g. Menginformasikan pekerjaan tambahan (bila ada) kepada pelanggan beserta estimasi biaya dan waktu tambahan yang diperlukan.

- h. Memeriksa kendaraan yang telah diperbaiki, apakah sesuai dengan Perintah Kerja Bengkel (PKB).
- i. Melakukan test drive dan memeriksa keberadaan parts bekas di dalam kendaraan.
- j. Menyerahkan kembali kendaraan pada pelanggan dalam keadaan bersih berikut parts bekas sesuai dengan Form Pemeriksaan Kendaraan (FPK).
- k. Melakukan *follow up* ke pelanggan setelah 2-3 hari kendaraan diperbaiki di bengkel.
- l. Mengingatkan pelanggan untuk melakukan perawatan berkala berikutnya pada saat selesai perawatan / perbaikan.
- m. Mengisi data „*account number*’ untuk setiap perawatan yang telah selesai dikerjakan yang dipakai sebagai dasar perhitungan biaya perawatan.

Wewenang :

- a. Melakukan estimasi biaya perbaikan dan waktu perbaikan.
- b. Menentukan harga dan memberikan diskon pada *customer* untuk perbaikan kendaraan sesuai standar yang ditetapkan.
- c. Memutuskan kendaraan boleh keluar atau tidak setelah diperbaiki.

c. *Foreman*

Foreman memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Melakukan pembagian tugas kepada para mekanik yang dibawahinya sehingga kegiatan dapat dilaksanakan dengan lancar.
- b. Menganalisa catatan atas keluhan dari pemilik kendaraan.
- c. Bertanggungjawab atas mutu pekerjaan mekanik selama melakukan checking sebelum kendaraan diserahkan ke *Service Advisor*.
- d. Melakukan pembagian tugas mekanik dengan mencatat jam pekerjaan.

d. *Technical Leader*

Technical Leader memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

- a. Memberikan pelatihan dan pengembangan skill mekanik, *foreman* dan *servis advisor*.

- b. Mengelola proses perbaikan dan analisa masalah kendaraan dalam mekanik.
- c. Membantu kepala bengkel dalam hal THS.
- e. Teknisi

Teknisi memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

 - e. Mengerjakan perbaikan / perawatan kendaraan sesuai perintah yang ada pada PKB, sesuai dengan standar pengerjaan dan standar K3 yang berlaku.
 - f. Mencatat pekerjaan yang dilakukan di kolom PKB dan mencatat waktu kerja (waktu mulai dan waktu penyelesaian pekerjaan) pada kertas kerja atau *check sheet* yang berlaku untuk menentukan *flate rate*.
 - g. Menginformasikan kerusakan yang ditemukan diluar PKB pada Foreman / Karu untuk ditindak lanjuti.
 - h. Memeriksa ulang hasil kerjanya dan menyerahkan PKB yang telah diisi kepada Kepala Regu / Foreman untuk diperiksa.
 - i. Memelihara (menjaga kebersihan dan kelengkapan) peralatan kerja, menjaga kerapian dan kebersihan tempat kerjanya.
- f. Koordinator THS (*THS Coordinator*)

THS memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:

 - a. Menerima telepon atau panggilan dari Pelanggan untuk melakukan servis kendaraan.
 - b. Melakukan pencatatan data Pelanggan dan keluhan yang ada pada SAP.
 - c. Mendistribusikan pekerjaan kepada mekanik THS melalui radio panggil/alat komunikasi.
 - d. Membantu menyelesaikan persoalan yang dihadapi mekanik THS, dengan menjelaskan cara "*Trouble Shooting*".
 - e. Mendukung mekanik THS dalam penyediaan suku cadang dan penyediaan *tools*.
 - f. Membuat laporan berkala mengenai *job return, problem* yang dihadapi, untuk diserahkan pada atasan.

- g. Memeriksa hasil kerja mekanik sesuai dengan Perintah Kerja Bengkel (PKB) via follow up ke Pelanggan.
- h. Mengecek ulang notifikasi untuk memastikan pekerjaan.
- i. Memperbaharui notifikasi untuk memonitor pekerjaan.
- j. Mengecek ulang *Service Order*.
- k. Melakukan pencatatan Penagihan Dan Pembayaran pada SAP.
- l. Mencetak Faktur yang akan dikirim oleh mekanik.
- m. Melakukan pengumpulan kepada pelanggan lewat telepon dan “*follow up*”.
- n. Mengatur mekanik THS.
- o. Monitoring performance THS yang dikelola (Unit Entry, Revenue, Jumlah Mekanik THS).
- p. Menerima pembayaran dari mekanik THS sesuai dengan laporan.
- q. Menyerahkan hasil pembayaran ke kasir.

Wewenang :

- a. Mendistribusikan pekerjaan pada mekanik THS.
 - b. Mengusulkan training bagi mekanik THS.
- g. *Washing*
- Washing* bertanggung jawab untuk membersihkan baik eskterior dan interior mobil *customer* setelah diperbaiki (sebelum diserahkan kepada *customer*). *Washing* bertujuan untuk memberikan *value added* kepada *customer*.
- h. *Part Man*
- Part Man* memiliki tugas dan wewenang, sebagai berikut:
- a. Melakukan order parts ke Sub Depo atau TAM, baik untuk keperluan gudang *parts* maupun *parts* pesanan *Indirect*..
 - b. Melakukan *follow-up* atas *order* yang telah dibuat sehingga dapat memberikan informasi yang akurat terhadap *parts* pesanan *next internal customer*.
 - c. Mencatat *order* atau permintaan yang tidak dapat dipenuhi, dan melakukan *follow-up* kepada *next internal customer* atas kondisi *order* tersebut.

- d. Menerima dan memeriksa *parts* yang datang sesuai dengan kondisi fisik dan dokumen-dokumen yang dibutuhkan.
 - e. Menginformasikan kepada *next internal customer* apabila *parts* yang dipesan telah tersedia.
 - f. Menyimpan *parts* untuk *stock* sesuai dengan lokasi yang telah ditetapkan, membuat lokasi baru untuk *parts* baru dan menyimpan *parts* pesanan *indirect* di intransit area.
 - g. Memelihara dan menjaga kondisi fisik *stock parts* dan menjaga kebersihan lokasi dan ruang yang ada di gudang.
 - h. Mengatur *lay out* gudang agar menjadi efektif dan efisien.
 - i. Melakukan evaluasi terhadap lokasi dan penempatan *parts* di gudang, evaluasi parameter-parameter dan *update* terhadap data-data *inventory* yang berhubungan dengan standar pengelolaan Toyota *parts*.
 - j. Mengelola *stock* sesuai standar-standar dan target *inventory* yang telah ditetapkan.
 - k. Memberikan informasi-informasi yang diperlukan oleh *next internal customer* dalam bidang *parts*, seperti informasi harga, *stock*, kondisi *order* dan kedatangan *parts* pesanan.
 - l. Membuat, melakukan *register*, filing dan menyimpan dokumen-dokumen *order*, penerimaan, pengeluaran, *claim*, *transfer*, berita acara dan laporan-laporan yang berhubungan dengan bidang kerjanya.
 - m. Memberikan saran, usulan dan berkonsultasi dengan kepala bengkel dalam mencari solusi terhadap masalah *parts*.
 - n. Melakukan *sampling stock opname* secara rutin.
 - o. Membuat retur dan *claim* bagi *parts* yang rusak atau kurang dalam penerimaan dari TAM atau Sub Depo.
 - p. Melakukan *transfer parts* antar cabang apabila dibutuhkan.
- Wewenang:
- a. Melakukan *order* ke TAM atau Sub Depo sesuai permintaan.
 - b. Melakukan pemesanan untuk *item-item stock* baru, berdasarkan analisa demand.

c. Mengusulkan pembelian parts lokal, jika tidak tersedia di gudang/Depo.

i. Valet

Valet bertanggung jawab untuk membantu kelancaran *customer* pada saat baru masuk Auto2000 serta membawa kendaraan dari antrian ke *stall* dan sebaliknya setelah proses perbaikan dilakukan. *Greeter* bertanggung jawab untuk memberikan senyum, sapa dan salam kepada *customer* serta untuk memberikan nomor antrian. *Collector* untuk menagih biaya dan beban servis kepada *customer* (biasanya *customer* yang mengatasnamakan perusahaan atau instansi).

j. *Booking*

Booking merupakan program yang memudahkan konsumen dalam melakukan perawatan mereka, adapun manfaat dari program *booking* adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai suatu bentuk pelayanan untuk memenuhi harapan konsumen terhadap pelayanan yang cepat.
- b. Supaya bisa mempersiapkan mekanik dan menghindari morning rush atau kesibukan diwaktu tertentu saja.
- c. Mencari ide-ide perbaikan untuk mengurangi waktu tunggu penerimaan service dan meratakan jam kedatangan pelanggan

3.4 Aspek Kegiatan Perusahaan

PT. Astra International Tbk. Toyota Sales Operation cabang Suci (AUTO 2000) adalah jaringan jasa penjualan, perawatan, perbaikan dan penyediaan suku cadang Toyota yang manajemennya ditangani penuh oleh PT. Astra International Tbk.

3.4.1 Produk / Barang

a. Mobil

Nama-nama mobil yang di jual di PT. Astra International Tbk. cabang Suci (AUTO 2000) diantaranya adalah :

- 1) New Avanza

- 2) Yaris
 - 3) Kijang Innova
 - 4) Rush
 - 5) Hilux
 - 6) Corolla Altis
 - 7) Crown
 - 8) Camry
 - 9) New Vios
 - 10) New Dyna
 - 11) Fortuner
 - 12) Sienta
 - 13) Calya
- b. Suku cadang & Bahan
- Spare part* (suku cadang): komponen-komponen kelistrikan, mesin, chassis dan bodi untuk semua tipe dan jenis kendaraan Toyota. Bahan (material) : oli mesin, oli transmisi dan gardan, minyak rem, super engine, long life coolant (Cairan radiator pendingin),dll.

3.4.2 Jasa

- a. Perawatan Berkala Cepat (*Express Maintenance*)
Layanan *Express maintenance*, yaitu layanan servis cepat hanya 1 Jam, khusus untuk perawatan berkala. Layanan ini merupakan salah satu terobosan untuk memberikan servis berkualitas dengan waktu yang lebih singkat. Dengan fasilitas stall khusus dan peralatan yang lebih lengkap dan dikerjakan oleh 2 orang teknisi, maka anda akan menemukan pengalaman baru service kendaraan berkualitas dengan waktu yang lebih singkat, dan harga tetap.
- b. Perawatan Berkala (*Reguler Check*)
Layanan *External Reguler Check* (ERC), yaitu layanan service berkala sama seperti Express Maintenance namun pada ERC ini lebih ditekankan pada keluhan-keluhan *customer* pada perawatan servis berkala dan perawatan untuk 5000 km seperti cek roda, tune

up, dll. Disamping itu estimasi dari ERC ini berkisar antara 1 sampai dengan 2,5 jam.

c. Perbaikan Umum (*General Repair*)

Layanan *General Repair*, yaitu layanan perbaikan kendaraan secara umum, layanan ini diberikan karena part kendaraan mengalami kerusakan atau jika pelanggan ingin mengecek kendaraan diluar service berkala contohnya pengecekan kendaraan (cek temperatur, alarm, bensin/oli boros, suara mesin kasar, dll) sedangkan untuk part kendaraan yang rusak maka customer harus melakukan reparasi atau penggantian part contohnya ganti (timing belt, tali kipas, baterai, lampu, dll). Untuk estimasi waktu pengerjaan dari general repair ini tergantung dari lamanya kerusakan atau pengecekan kendaraan untuk estimasi waktu minimal + 1 jam sedangkan estimasi waktu maksimal + 6 jam.

d. Toyota *Warranty Claim* (TWC)

Dengan melakukan perawatan berkala secara rutin di bengkel resmi Toyota, maka Anda akan mendapatkan jaminan kendaraan langsung dari Toyota selama 3 tahun atau 100.000km (*Toyota Warranty Claim*). Untuk mendapatkan jaminan tersebut bisa dengan melakukan perawatan kendaraan di bengkel Auto 2000 dan melakukan klaim atas kerusakan komponen kendaraan yang tercakup dalam Toyota Warranty claim di bengkel Auto 2000.

e. Toyota *Home Servis* (THS).

Toyota *Home Service* adalah salah satu fasilitas pelayanan yang dapat melakukan servis kunjungan ditempat anda (dikantor/dirumah) dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemilik kendaraan Toyota yang tidak sempat datang ke bengkel. Selain itu fasilitas pelayanan lainnya yang bisa didapatkan oleh pelanggan adalah Pusat Layanan Dyna (PLD). Pusat Layanan Dyna merupakan fasilitas pelayanan khusus untuk unit Dyna yang dapat melakukan servis kunjungan ditempat pelanggan (dirumah/ditempat kerja), dengan

tujuan memberikan kemudahan bagi pemilik kendaraan Dyna yang tidak sempat ke bengkel.

f. *Booking Service*.

Booking service adalah solusi dari problem harus antri saat akan service kendaraan, dengan melakukan booking service minimal 2 hari sebelumnya, maka pelanggan mendapatkan keuntungan :

- 1) Waktu servis anda yang tentukan. Anda bisa menyesuaikan dengan jadwal kegiatan anda.
- 2) Tidak perlu antri. Dengan membuat janji dan datang sesuai jam yang telah disepakati,
- 3) Suku cadang dan teknisi telah siap. Dengan konfirmasi kedatangan 1 hari sebelumnya, dapatkan kemudahan berupa terhindar dari suku cadang tidak tersedia.
- 4) Dapatkan potongan harga jasa dan suku cadang, dimana besarnya
- 5) Potongan sesuai dengan syarat dan ketentuan berlaku.

g. *Emergency Road Assistance (ERA)*

Hanya di Auto 2000, untuk setiap pembelian Toyota, Anda mendapat kartu keanggotaan AstraWorld. Dengan kartu Astra World Anda mendapat Layanan Bantuan Darurat di Jalan/*Emergency Roadside Assistance (ERA)* yang siap 24 jam sehari, 7 hari seminggu, sepanjang tahun. Layanan ERA diberikan secara gratis selama 5 tahun dari tanggal pembelian untuk kendaraan (mobil) merek Astra yang memiliki *Vehicle Card*. Bantuan darurat ini mencakup: panduan teknis, pengaktifan aki lemah, penggantian ban kempes, membuka kendaraan terkunci, serta bantuan jasa derek (*towing*) dan mobil gendong (*car carrier*) AstraWorld. Jasa derek (*towing*) dan mobil gendong (*car carrier*) adalah layanan pengangkutan kendaraan pelanggan dari lokasi keadaan darurat ke bengkel Astra International terdekat.

h. Kontrak Servis

Kontrak Servis adalah perawatan kendaraan selama periode atau jarak tertentu yang ditawarkan oleh bengkel Auto 2000. Paket

perawatan ini dibayarkan secara penuh oleh pelanggan pada saat pertama kali mengikuti program ini dan selanjutnya pelanggan dapat melakukan perbaikan sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Buku Kontrak Servis yang telah disepakati bersama. Keuntungan Kontrak Servis dari Auto 2000 :

- 1) Memberikan kemudahan perawatan dan perbaikan terencana.
 - 2) Biaya tetap untuk perawatan berkala dengan jangka waktu 1 tahun (30.000 km), 2 tahun (60.000 km) dan 3 tahun (90.000 km).
 - 3) Kemudahan proses administrasi.
 - 4) Jaminan keaslian.
 - 5) Suku cadang (*Toyota Genuine Parts*).
- i. Layanan Auto 2000 *One Stop Services*.

Anda tidak perlu lagi pergi ke bengkel lain untuk mendapatkan layanan perbaikan khusus untuk Toyota Anda, karena Auto 2000 telah menyiapkan *One Stop Service* untuk totalitas layanan perbaikan Toyota Anda. Dengan mengunjungi Auto 2000, maka Anda akan bisa mendapatkan layanan perbaikan yang lengkap. Adapun layanan tersebut meliputi :

- 1) Layanan *Spooring and Balancing*.
- 2) Layanan penjualan ban dan aksesoris kendaraan.
- 3) Layanan Perawatan interior dan eksterior kendaraan (Salon).
- 4) Layanan Perbaikan Sistem pendingin (A/C).
- 5) Layanan Perawatan Prima untuk Mesin dan Komponen kendaraan Anda.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penerapan *Service Excellent* unit GR (*General Repair*) terhadap kepuasan pelanggan di Auto2000 Wayhalim sudah dilakukan dengan baik pada poin yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*)
2. Sikap (*Attitude*)
3. Penampilan (*Appearance*)
4. Perhatian (*Attention*)
5. Tanggungjawab (*Accountability*)
6. Tindakan (*Action*)
7. Simpati (*Sympathy*).

Namun terdapat tiga ketidakpuasan *customer* pada poin yaitu :

1. *Product and Service Features* : *customer* sering membandingkan harga produk perusahaan dengan harga produk diluar perusahaan.
2. *Perceptions of Equity or Fairness* : *customer* merasa jika dalam menunggu proses *service* lebih lama dibanding *customer* lain yang juga melakukan proses *service* dikarenakan perbedaannya keluhan kendaraan tersebut.
3. *Consumer Emotions* : *customer* merasa jika selama pelayanan jasa yang dilakukan oleh SA (*Service Advisor*) beberapa ada yang merasa tidak puas dan ada yang merasa puas.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan mengenai ketidakpuasan *customer* adalah :

1. Perihal ketidakpuasan *customer* tentang perbandingan harga *service*, dapat diminimalisir dengan memberikan penjelasan tentang keunggulan-keunggulan memakai produk atau jasa dari Auto2000 Wayhalim.
2. Perihal ketidakpuasan *customer* tentang lama menunggu proses *service*, dapat memperbanyak lagi jumlah *staff SA (Service Advisor)* dikarenakan banyaknya jumlah *customer* setiap harinya.
3. Perihal ketidakpuasan *customer* tentang *Consumer Emotions* perlu ditingkatkan lebih baik lagi dalam semua aspek pelayanan yang diberikan oleh Auto2000 Wayhalim. Sehingga *customer* merasa nyaman dan akan *repeat service* di Auto2000 Wayhalim

DAFTAR PUSTAKA

- Aldino, M., & Erliyana, S. (2021). Penerapan Logistik 4.0 dalam Manajemen Pendistribusian Barang Di Perusahaan. *3rd National Seminar on Maritime and Interdisciplinary Studies*, 115-116.
- Andarayani, T., Herwanto, D., & Wahyudin. (2023). Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *JlUBJ (Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi)*, 169.
- Bastiar, Z. (2010). Service Excellent dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajerial*, 55-61.
- Fahriza, I., Bisma, M. A., & Sumarna, D. L. (2023). Analisisn Kuallitas Pelayanan Bengkel Dealer Toyota Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Astra International Tbk - Auto2000 Cabang Suci Bandung Menggunakan Metode Gap Analisis dan Importance Performance Analisis (IPA). *Journal Transformation of Mandalika*, 568-569.
- Fajri, D. D., & Normayasari. (2022). *Pelayanan Prima*. Wakatobi: Akademi Komunitas Kelautan dan Perikanan (AKKP) Wakatobi.
- Mahyudin, & Painem. (2022). Implementasi Metode Forward Chaining Berbasis Web Untuk Mendiagnosa Kerusakan Chasis Pada Kendaraan Toyota Di Auto2000. *SANAFTI (Seminar Nasional Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi)*, 716.
- Nurlia. (2018). Strategi Pelayanan dengan Konsep Service Excellent. *Meraja Journal*, 19-20.
- Ramdhani, S., Mauliana, P., Wiguna, W., Hunaifi, N., & Firmansyah, R. (2022). Sistem Penjadwalan Antrian Service Mobil Toyota Menggunakan Algoritma Genetika Di Auto2000 Pasteur. *Jurnal Infotronik*, 12.
- Risnawati, D., & Kumoro, J. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi dan Kemampuan Pegawai Terhadap Kualitas Pelayanan Prima Di Bagian Kemahasiswaan Universitas Negeri Yogyakarta . *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 187.
- Ruslim, T. S., & Rahardjo, M. (2016). Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Segi Harga dan Kualitas pada Restoran Abuba Steak Di Grenville. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 55-56.
- Sulistyawati, N. M., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 2319-2320.
- Wijaya, C., S, A., & Hasanah, W. (2018). Pelanggan dan Kepuasan. *Jurnal Dharmawangsa*, 18-19.