

## ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Yogyakarta, yaitu pada Bengkel Kurnia Motor Yogyakarta yang merupakan salah satu bengkel resmi kendaraan bermotor merk HONDA.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangibles* serta tingkat kepuasan pelanggan. Variabel-variabel tersebut digunakan untuk mengukur Tingkat Kepentingan dan Tingkat Penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 87 konsumen di Bengkel Kurnia Motor, yang terletak di Jalan Imogiri Yogyakarta. Untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dilakukan dengan analisis indeks kepuasan konsumen dan analisis diagram kartesius.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tentang kesesuaian antara tingkat kepentingan pelanggan dan kinerja Kurnia Motor Yogyakarta menunjukkan bahwa menunjukkan Tingkat Kepentingan lebih besar dari pada Tingkat Penilaian atau dapat dikatakan bahwa *Expected Service* lebih besar dari pada *Perceive Service*. Hal ini berarti bahwa pelanggan belum merasa puas atas pelayanan yang diberikan Bengkel Kurnia Motor Yogyakarta. Adapun faktor-faktor yang sudah memberikan kepuasan kepada konsumen meliputi prosedur pelayanan; kemampuan teknisi dan tenaga administrasi dalam menyelesaikan keluhan pelanggan dan dalam memberikan informasi; pengetahuan dan kemampuan serta ketrampilan teknisi dan tenaga administrasi dalam bekerja; pelayanan yang sopan dan ramah; serta kelengkapan dan kesiapan alat-alat yang dipakai. Sedangkan faktor-faktor yang belum memberikan kepuasan kepada konsumen meliputi prosedur penerimaan pelanggan; pelayanan pemeriksaan dan servis kendaraan serta tindakan yang diambil saat pelanggan membutuhkan; perhatian kepada setiap keluhan pelanggan; serta kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan.

**Kata kunci:** *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangibles*, Kepuasan Pelanggan, Analisis Indeks Kepuasan Konsumen, Analisis Diagram Kartesius, Tingkat Kepentingan (*Expected Service*) dan Tingkat Penilaian (*Perceive Service*)