

**ABSTRAK**  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**  
**KEPUASAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN**  
**JASA BENGKEL REPARASI KENDARAAN BERMOTOR**  
**Studi kasus pada PT Astra Internasional, Tbk-Tso, Auto 2000 Cabang Denpasar**

**Dewa Putu Narayana**  
**Universitas Sanata Dharma**  
**Yogyakarta**  
**2002**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diberikan perusahaan dengan tingkat kepentingan konsumen akan jasa tersebut, dan juga untuk menentukan faktor mana yang perlu mendapatkan prioritas untuk ditingkatkan pelaksanaannya oleh perusahaan untuk kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang konsumen. Adapun cara pengumpulan data adalah memakai kuesioner yang dibagikan kepada para konsumen yang sedang melakukan servis kendaraan (mobil) di perusahaan.

Alat uji yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen adalah *Importance-Performance Analysis* dengan cara pemberian skor terhadap jawaban responden berdasarkan derajat kepentingannya, kemudian hasil kesesuaian masing-masing faktor kepuasan konsumen dimasukkan dalam Diagram Kartesius untuk mengetahui faktor mana yang perlu mendapatkan prioritas untuk ditingkatkan pelaksanaannya.

Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan bahwa tingkat kesesuaian paling tinggi nilainya adalah kemudahan untuk menghubungi perusahaan dari variabel empati (*emphaty*), sedangkan kecepatan penanganan keluhan (kerusakan) pada kendaran dari variabel keandalan (*reliability*) tingkat kesesuaiannya paling rendah nilainya diantara seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Prioritas penanganan selanjutnya adalah keterampilan mekanik dalam bekerja dari variabel jaminan (*assurance*).

## **ABSTRACT**

### **AN ANALYSIS ON THE FACTORS INFLUENCING THE CUSTOMERS' SATISFACTION IN USING THE SERVICE OF AUTO REPAIR SHOP A case study at PT Astra International, Tbk-Tso, Auto 2000 Denpasar Branch**

**Dewa Putu Narayana  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2002**

The objective of this research was to know the level of compatibility between the service activities given by the company with the level of the customers' importance to the service, and also to determine which factor needed to be developed and given priority by the company for the customers' satisfaction. This research used 100 customers as the sample. To gather the data, the research distributed a questionnaire to the customers who were servicing their cars at the company.

The instrument used to measure the customers' satisfaction was the importance – performance analysis which was done by giving score to the respondents answers based on the level of importance, and then the results of the compatibility of each customer's satisfaction factors were put into the Diagram of Cartecius to know which factor needed to be developed and given priority.

From the results of the research, it was concluded that the level of compatibility that obtained the highest score was the ease to contact the company from empathy variable, while the quickness of complaint or damage handling on the cars from reliability variable obtained the lowest score among all the factors influencing the customers' satisfaction. The next priority was mechanical working skills from the assurance variable.