

ABSTRAKSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENGKEL KLINIK CAT IMAM WIJAYA (Skripsi Roprabowo Gati Laksono yang di bimbing oleh Drs. Hadi Utomo, MM dan Drs. Tugiyono, M.Si)

Persaingan antar perusahaan saat ini semakin kompetitif dan variatif. Perusahaan saling berlomba-lomba dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal kontes-kontes *Automotive* yang sering diadakan di kota jogja ini biarpun sekala kontes tersebut secara nasional (contohnya, BLACK Auto Contest, ACELERA Auto Contest, dll) Hal itu memberikan suatu dorongan bagi para pemilik bengkel modifikasi khususnya cat untuk saling membarikan pelayanan yang terbaik, tetapi kadang kala hal itu di abaikan ketika sudah memiliki banyak pelanggan sehingga kualitas pelayanan semakin berkurang dan pelanggan / konsumen tidak puas. Tujuan dari penelitian ini (1) Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara Variabel kualitas pelayanan yang meliputi (tangible, reliability, assurance, dan empathy) terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Klinik Cat Imam Wijaya. (2) Untuk mengetahui pengaruh partial antara Variabel kualitas pelayanan meliputi (tangible, reliability, assurance, dan empathy) terhadap kepuasan konsumen pada bengkel Klinik Cat Imam Wijaya. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah survei Populasi adalah seluruh konsumen Bengkel Klinik Cat Imam Wijaya Teknik Pengambilan Sampel dengan teknik *Nonprobability Sampling* memakai *Purposive Sampling*, dan di ujikan dengan Analisis Regresi Berganda Uji Simultan (Uji-F) variabel kualitas layanan yang meliputi (*tangible, reliability, responsiveness, empathy, dan assurance*) secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen di bengkel Klinik Cat Imam Wijaya. Uji Parsial (Uji-t) Kualitas layanan pada *Tangible* secara parsial dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, Kualitas layanan pada *Reliability* secara parsial dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, Kualitas layanan pada *responsiveness* secara parsial dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, Kualitas layanan pada *assurance* secara parsial dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, Kualitas layanan pada *empathy* secara parsial dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.