

ABSTRAK

Bengkel VMK merupakan perusahaan jasa perbaikan sepeda motor khususnya Vespa *Matic*. Pada periode Juni 2021 - November 2021 terdapat beberapa keluhan terkait pelayanan dan fasilitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan dan harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Metode yang digunakan adalah *Servqual* dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin dengan sampel 85 responden, dalam penelitian ini data dianalisis menggunakan bantuan *Software Microsoft Excel & IBM SPSS Statistics 20*. Analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini didapatkan hasil nilai (Q) dimensi *tangible* (0,931), dimensi *reliability* (0,957), dimensi *responsiveness* (0,993), dimensi *assurance* (0,961) dan dimensi *emphaty* (0,995), nilai rata-rata dari seluruh atribut adalah (0,967), karena $Q \leq 1$ maka kepuasan konsumen belum terpenuhi. Lalu terdapat 4 (empat) atribut yang menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen meliputi atribut RL5, atribut T5, atribut T4 dan atribut T1.

Kata Kunci: bengkel, vespa *matic*, *servqual*, *importance performance analysis*



ABSTRACT

VMK Workshop is a motorcycle repair service company, especially Vespa Matic. In the period June 2021 - November 2021 there were several complaints regarding services and facilities. The purpose of this study is to determine the level of customer satisfaction and expectations of the services provided. The method used is Servqual and Importance Performance Analysis (IPA). The method of determining the number of samples in this study used the solving technique with a sample of 85 respondents. In this study, the data were analyzed using Microsoft Excel & IBM SPSS Statistics 20 software. Data analysis in this study included validity and reliability tests. In this study, the results of the value (Q) of the tangible dimension (0.931), the reliability dimension (0.957), the responsiveness dimension (0.993), the assurance dimension (0.961), and the empathy dimension (0.995), the average value of all attributes is (0.967), because $Q \leq 1$ then consumer satisfaction has not been fulfilled. Then 4 (four) attributes are priority improvements to increase customer satisfaction including the RL5 attribute, T5 attribute, T4 attribute, and T1 attribute.

Keywords: workshop, vespa matic, servqual, importance performance analysis

