

ABSTRAK

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN SERVICE MOBIL FORTUNER MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS PADA PT ASTRIDO JAYA MOBILINDO - TOYOTA YOS SUDARSO

OLEH

MUHAMMAD HAFIDZ ABDILLAH

NIM : 1718019

(PROGRAM STRUDI ADMINISTRASI BISNIS OTOMOTIF)

Dalam tujuan bisnis, perusahaan berusaha mendapatkan keuntungan maksimum. salah satunya dengan cara mendapatkan pelanggan yang bertambah, karena jumlah pelanggan yang bertambah serta loyal akan membuat keuntungan bagi perusahaan, maka seiring berjalanya waktu Perusahaan menghadapi suatu permasalahan yaitu rendahnya tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan perbaikan kendaraan yang diberikan. Adanya kinerja perusahaan yang tidak sesuai , mengakibatkan timbulnya keluhan bagi konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atas Pelayanan yang diberikan dan mencari atribut pelayanan yang dianggap penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Variabel penelitian merupakan kepuasan pelanggan dengan menggunakan atribut pelayanan, yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 pelanggan pengguna mobil fortuner yang sering melakukan perbaikan kendaraan selama tahun 2021 dan penentuan sampel dilakukan dengan teknik *Nonprobability Sampling* menggunakan rumus *Slovin*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode AHP. metode Analytical Hierarchy Process merupakan suatu metode yang mempunyai kemampuan jika dihadapkan pada situasi yang kompleks atau tak berkerangka. Output yang dihasilkan dari Analytical Hierarchy Process adalah bobot tingkat kepentingan yang pada akhirnya akan dianalisis untuk mengetahui variable mana yang menjadi prioritas perbaikan. dari hasil pengolahan data dengan mengkur kriteria dimensi jasa didapatkan bobot terbesar dari kriteria tangibel memiliki subkriteria kondisi toilet yang bersih dengan bobot 1,216. untuk kriteria realibility memiliki subkriteria Kelengkapan alat service di dealer dengan bobot 0,643 ,kemudian untuk kriteria responsives memiliki subkriteria Kemudahan untuk memperoleh informasi mengenai suku cadang dengan bobot 0,368. untuk kriteria daya asuransi memiliki kriteria Kemampun karyawan dealer dapat di percaya dengan bobot 0,661 , kemudian untuk kriteria daya empati memiliki kriteria Karyawan dealer menanggapi pertanyaan konsumen dengan baik dengan bobot 0,389

Kata kunci : kepuasan pelanggan, dimensi jasa, *Analytical Hierarcy Process*