

ABSTRAK

Industri otomotif global menghadapi tantangan signifikan akibat ketegangan geopolitik dan gangguan rantai pasok, termasuk krisis semikonduktor. Di Indonesia, sektor otomotif tetap menjadi kontributor penting bagi perekonomian nasional. Namun, penurunan daya beli dan perubahan perilaku konsumen menyebabkan peningkatan kebutuhan terhadap layanan purna jual, termasuk perawatan kendaraan. Dalam konteks ini, kualitas layanan bengkel menjadi faktor penentu dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh service quality terhadap customer satisfaction pada layanan purna jual di Agus Lio Ban Bridgestone Subang. Penelitian ini mengadopsi model SERVQUAL yang terdiri dari lima dimensi utama: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Masing-masing dimensi diuji pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan untuk mengidentifikasi area layanan yang perlu ditingkatkan secara strategis.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Data diperoleh dari 306 responden member yang telah menggunakan layanan Agus Lio Ban lebih dari dua kali. Instrumen pengumpulan data berupa kuesioner dengan total 56 indikator SERVQUAL. Analisis dilakukan melalui SmartPLS 3.0 untuk menguji validitas, reliabilitas, dan hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan service quality berpengaruh signifikan terhadap customer satisfaction. Secara individual, dimensi tangibles, reliability, responsiveness, dan empathy memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan assurance tidak berpengaruh signifikan. Dimensi dengan pengaruh paling kuat adalah empathy, disusul tangibles dan reliability. Temuan ini menunjukkan pentingnya perhatian personal dan transparansi layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi manajemen Agus Lio Ban dalam mengidentifikasi area prioritas untuk peningkatan kualitas layanan. Rekomendasi utama meliputi peningkatan transparansi harga, penguatan komunikasi pelayanan, dan pelatihan staf dalam hal empati dan tanggung jawab teknis. Dengan peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh, perusahaan dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan daya saing jangka panjang di industri layanan otomotif.

Kata Kunci: *Service Quality, Customer Satisfaction, After-Sales Service, SERVQUAL, Automotive Workshop*