

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan eksistensinya di pasar, apalagi dengan semakin tingginya tingkat persaingan. Dengan memperhatikan aspek ini diharapkan perusahaan dapat mendorong konsumen untuk loyal dan mempromosikan jasa perusahaan kepada potensial konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan perusahaan. PT. Blue Bird merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi taksi di Bandung. Oleh karena itu sangatlah penting untuk mengetahui penilaian konsumen atas pelayanan yang telah diberikan selama ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian pelanggan atas pelayanan yang diberikan dan mengetahui dimensi apa yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan taksi Bluebird.

Penelitian ini berbentuk analisis deskriptif komparatif dengan menggunakan analisis data Gap. Pada metode *service quality* dibutuhkan data skor harapan (*expected score*) dan skor persepsi (*perceived*). Perbedaan antara kedua skor ini memiliki sasaran penilaian pelanggan untuk mengetahui kualitas jasa yang telah diberikan taksi Bluebird kepada pelanggan, sehingga menimbulkan nilai yang positif (pelanggan puas) atau negatif (pelanggan tidak puas). Selain itu pada penelitian ini menggunakan *importance performance analysis* untuk mengetahui dimensi apa dari *service quality* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan taksi Bluebird Kota Bandung. Setelah melakukan analisis Gap, kemudian dilakukan uji normalitas menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* untuk mengetahui data normal atau tidak. Jika hasil data normal dilanjutkan dengan uji-t dan jika data tidak normal uji *wilcoxon*. Dengan menggunakan dimensi *service quality* yang meliputi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangibles*, penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 400 responden pelanggan taksi Bluebird di Kota Bandung

Pada dimensi *Servqual* dilakukan teknik analisis data Gap. Dimana persepsi dikurangi dengan harapan pelanggan sehingga mendapatkan hasil *superiority Gap* sebesar -393,045 termasuk kedalam kategori rendah. Kemudian dilakukan uji normalitas menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* untuk mengetahui data normal atau tidak. Data yang didapatkan tidak normal dengan nilai *Asymp Sig (2-tailed)* persepsi 0,042 dan nilai *Asymp Sig (2-tailed)* harapan 0,000. Selanjutnya dilakukan uji *wilcoxon* untuk mengetahui perbedaan antara persepsi dengan harapan signifikan atau tidak. Nilai $\text{Asymp Sig} = 0,000 < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti ada perbedaan nilai persepsi dan harapan pelanggan taksi Bluebird Kota Bandung sehingga pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh taksi Bluebird. Dari informasi yang di peroleh melalui survey, selanjutnya dilakukan *importance performance analysis* untuk mengetahui dimensi mana yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil *importance performance analysis* menunjukkan bahwa dimensi *Reliability* berada di kuadran I artinya dimensi yang ada pada kuadran I dianggap paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada taksi Bluebird Kota Bandung, sedangkan *Assurance* dan *Tangibles* berada di kuadran II, *Responsiveness* dan *Empathy* berada di kuadran III.

Berdasarkan hasil analisis data, hal ini mengindikasikan persepsi yang diterima pelanggan masih rendah dibandingkan dengan harapan atau pelanggan belum puas terhadap layanan yang diberikan oleh Bluebird Kota Bandung. Pada *importance performance analysis*, *Reliability* merupakan dimensi yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka untuk meningkatkan kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas kualitas pelayanan jasa, dilakukan melalui pelayanan yang cepat secara keseluruhan dan memiliki kelengkapan fasilitas yang memadai dalam taksi.

Kata kunci: *Service Quality*, kepuasan konsumen, *Importance Performance Analysis*

