

ABSTRAK

Penawaran akan sebuah jasa akan berhasil jika memberikan nilai dan kepuasan kepada pembeli sarasannya. Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sasaran pemasaran. Berdasarkan latar belakang tersebut, pelaku usaha di bidang jasa servis kendaraan pun sudah seharusnya memberikan perhatian lebih terhadap kualitas pelayanannya, termasuk bengkel servis mobil PT. Hyundai Mobil Indonesia (HMI), Bandung sebagai objek pada penelitian ini. Faktor kepuasan pelanggan menjadi syarat penting bagi dalam menentukan kualitas jasa yang diberikan agar terjadi peningkatan kepuasan pelanggan sehingga jumlah pelanggan bengkel servis dapat terus meningkat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi atau *mixed method*, pengumpulan data melalui wawancara dengan tiga orang narasumber dan kuisioner terhadap 80 responden yaitu pelanggan bengkel servis mobil PT. HMI Bandung. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel kualitas jasa dengan lima dimensi yaitu, *tangibles* (bukti-bukti fisik), *emphaty* (empati), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), dan *assurance* (jaminan). Alat yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah *House of Quality* yang merupakan salah satu alat dari *Quality Function Deployment* (QFD).

Melalui penelitian ini, akan diketahui bagaimana kualitas pelayanan bengkel servis PT. HMI Bandung menggunakan teknik analisis *House of Quality*, dan untuk mengetahui pelayanan apa saja yang harus dipertahankan dan diperbaiki dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan bengkel servis PT. HMI Bandung.

Keyword: Kualitas Pelayanan, *Quality Function Deployment*, *House of Quality*.