

ABSTRAKSI

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 Pusaka merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi taksi di Semarang. Oleh karena itu sangatlah penting untuk mengetahui penilaian konsumen atas pelayanan yang telah diberikan selama ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian konsumen atas pelayanan yang diberikan dan mengetahui faktor pelayanan yang dianggap penting oleh konsumen, tetapi belum baik dalam pelaksanaannya.

Sesuai dengan rumus Slovin, penelitian ini dilakukan dengan metode survey yang melibatkan 100 responden pelanggan taksi PT. BlueBird Pusaka. Dari informasi yang di peroleh melalui survey, data diolah oleh penulis dengan Analisis Kuadran (*Importance Performance Analysis – IPA*). Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa indikator kualitas pelayanan *Reliability* menempati kuadran A yang berarti konsumen merasa dimensi ini penting akan tetapi pelaksanaannya masih kurang baik maka perlu adanya perhatian khusus untuk meningkatkan kinerja, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk Dimensi *Tangibles* dan Dimensi *Assurance* berada pada Kuadran B, berarti konsumen merasa dimensi-dimensi ini penting dan kinerja perusahaan sudah baik sehingga pelaksanaannya perlu dipertahankan. Sedangkan Dimensi *Responsiveness* dan Dimensi *Empathy* berada pada kuadran C, ini berarti konsumen merasa dimensi-dimensi ini kurang penting dan kinerja perusahaan dirasakan belum cukup baik dalam pelaksanaannya.

Berdasarkan hasil Analisis IPA, maka untuk meningkatkan kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas kualitas pelayanan dan meningkatkan loyalitasnya dilakukan melalui pelatihan dan motivasi kepada driver dengan sebelumnya telah diseleksi pada saat perekrutan karyawan. Penambahan jumlah Pool yang menyebar ditempat-tempat yang strategis yang belum ada pool taksi perusahaan pesaing guna meminimalisasi konflik. Secara bertahap melengkapi armada dengan GPS untuk mengefisienkan waktu dan rute serta memberikan sanksi yang berat kepada driver yang terbukti tidak mengembalikan barang bawaan penumpang yang tertinggal.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen