

ABSTRAK

Konsumen merupakan aspek yang sangat penting dalam eksistensi suatu perusahaan, baik yang bergerak di sektor jasa maupun barang. Konsumen adalah seseorang yang akan ataupun telah membeli produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Tingkat kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor terpenting yang mutlak diperhatikan serta selalu dijaga. Hal ini bertujuan untuk menjaga loyalitas pelanggan. Tahap ini akan tercapai hanya bila perusahaan memperhatikan keinginan dan harapan konsumen secara terus menerus.

Customer relationship management merupakan salah satu upaya yang dapat dilaksanakan perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas layanan servis dengan selalu mengevaluasi dan mengoptimalkan fungsi dan peran faktor – faktor atau atribut yang ada pada Divisi Bengkel Servis PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta. Customer relationship management yang diterapkan oleh PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta mengacu pada empat factor pelayanan yang terdiri dari pelayanan konsumen, servis, suku cadang, dan fasilitas penunjang. Penelitian ini menekankan pada diagram Kartesius. Namun, sebelumnya data terlebih dahulu diuji cobakan menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan tingkat signifikansi α sebesar 5%. Penggunaan diagram Kartesius bertujuan untuk mengetahui letak masing-masing atribut pelayanan yang dilaksanakan oleh Divisi Bengkel Servis PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta. Diagram Kartesius berbentuk jendela pelanggan yang membagi karakteristik jasa/produk ke dalam empat kuadran.

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kesesuaian tertinggi adalah atribut no.36 sebesar 97.03%. Tingkat kesesuaian terendah adalah atribut no.29 sebesar 25.27%. Terdapat 11 atribut yang memiliki tingkat kesesuaian diatas 90% yaitu atribut no.5, 9, 11, 12, 13, 15, 18, 19, 20, 30, 36. Terdapat 13 atribut dengan tingkat kesesuaian diatas 80% yaitu atribut no.2, 3, 4, 6, 10, 14, 16, 25, 26, 28, 31, 32, 34. Serta 12 atribut dengan tingkat kesesuaian dibawah 80%.Dapat dikatakan bahwa sebagian besar atribut yang digunakan sebagai acuan dalam pelaksanaan Customer relationship management pada PT. Kharisma Mataram Jaya Gemilang Yogyakarta mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Kepuasan Pelanggan, Diagram Kartesius, Harapan & Kinerja.*