

## ABSTRAKSI

Pertumbuhan penduduk yang *massive* yang terjadi di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang cukup tinggi terhadap penggunaan kendaraan bermotor. PT. Astra International, Tbk – Daihatsu .sebagai salah satu produsen mobil terbesar di Indonesia dengan pelayanan pelanggan yang terbaik menurut studi yang dilakukan lembaga survei J.D. Power Asia Pacific 2012.menempati posisi pertama dalam *Sales Satisfaction Index (SSI)* atau kepuasan pelanggan dalam melakukan pembelian di Indonesia. Tujuan penelitian ini, untuk mengetahui kinerja, harapan, tingkat kepuasan pelanggan PT Astra International Daihatsu Bis Center serta menentukan atribut *service quality* yang harus ditingkatkan. Penelitian ini dilakukan menggunakan *importance performance analysis*. Peneliti menggunakan objek PT Astra International Daihatsu Bis Center, dengan studi kasus kepada Pengunjung PT Astra International Daihatsu Bis Center. Populasi adalah Pengunjung PT Astra International Daihatsu Bis Center, dengan sampel responden 96 orang. Metode yang digunakan ialah analisis penelitian deskriptif dengan jenis data kuantitatif. Analisis pembahasan yang digunakan adalah *importance performance analysis* Hasil dari penelitian ini adalah kepuasan pelanggan rata-rata atribut Kualitas Layanan, diperoleh bahwa tingkat Kenyataan adalah 3.14 yang berarti Baik. Kemudian Harapan, pada level 3.75 yang berarti Sangat Baik dan tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 83,63% yang berarti Baik. Adapun atribut yang harus di tingkatkan adalah kuadran utama kids corner (X3.3), perhatian secara individu karyawan (X4.1), dan keluangan waktu karyawan dalam menanggapi keluhan konsumen (X5.1)

**Kata Kunci : *Service Quality, Importance Performance Analysis, Kepuasan Pelanggan***