

## INTISARI

Antrian merupakan suatu peristiwa di mana konsumen menunggu untuk dilayani pada suatu fasilitas yang menyediakan layanan yang dicari atau dibutuhkan oleh konsumen tersebut. Setiap orang pernah mengalami dan sering menjumpai antrian dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan ini sering dinilai sebagai kegiatan yang tidak berguna dan membuang waktu tetapi sering kita lakukan. Antrian sering terjadi pada badan usaha yang bergerak di bidang jasa. Salah satu dari badan usaha jasa adalah bengkel.

Antrian dalam sebuah bengkel menyangkut masalah tahapan antrian yaitu tahapan antrian sebelum dilayani, selama dan sesudah dilayani. Berdasarkan jurnal *Customer Satisfaction with Waits in Multi-stage Services* yang ditulis oleh Rhonda L. Hensley dan Joanne Sulek pada tahun 2007 yang menemukan adanya pengaruh tahapan antrian terhadap kepuasan konsumen, rekomendasi, keinginan mengajak teman dan keinginan datang kembali. Penelitian yang dilakukan pada Bengkel Abadi Motor dengan menyebarkan 80 kuesioner ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui apakah tahapan antrian sebelum, sesudah dan setelah dilayani berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, rekomendasi, keinginan mengajak teman dan keinginan datang kembali pada Bengkel Abadi Motor Blora.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tahapan antrian sebelum, sesudah dan setelah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, rekomendasi, keinginan mengajak teman dan keinginan datang kembali pada Bengkel Abadi Motor Blora. Tahapan antrian pertama, kedua dan ketiga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,528 dan nilai koefisien determinasi sebesar 27,9%. Tahapan pertama dan ketiga secara parsial mempengaruhi rekomendasi dan keinginan mengajak teman dengan nilai koefisien korelasi masing-masing sebesar 0,468 dan 0,388 dan nilai koefisien determinasi masing-masing sebesar 21,9% dan 15,1%. Untuk keinginan datang kembali secara parsial dipengaruhi tahapan antrian kedua yaitu tahapan antrian selama dilayani dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,362 dan nilai koefisien determinasi sebesar 13,1%. Oleh karena itulah, Bengkel Abadi Motor Blora diharapkan lebih dapat memperhatikan tahapan antrian sebelum dilayani dan tahapan antrian setelah dilayani bagi para konsumennya.

*Keywords* : tahapan antrian (sebelum, selama dan setelah dilayani), kepuasan konsumen, rekomendasi, keinginan mengajak teman dan keinginan datang kembali

## ABSTRACT

Queue is a moment which the customer is waiting to be served on the facility that provides a service that needed by the customer. Everyone ever does and often meets queue in daily activity. This activity is usually treated as an useless activity and wasting time but we usually do it. Queue usually takes place in the service area. One of the service industry is motorcycle workshop.

The queue in a motorcycle workshop including some waiting line such as a the service-entry waits, the in-service waits, and the service exit waits. To be based on a journal **Customer Satisfaction with Waits in Multi-stage Service** that written by Rhonda L. Hensley and Joanne Sulek on 2007 found an influence a waiting line to the overall customer satisfaction, recommendation, willingness to bring friends, and repatronage intentions. Due to this journal, the research of this paper was done at Abadi Motor by giving 80 questionnaire papers to the customers to find out the influence of the service-entry waits, the in-service waits, and the service exit waits to the overall customer satisfaction, recommendation, willingness to bring friends, and repatronage intentions.

Based on the result of this research, it can be concluded that the service-entry waits, the in-service waits, and the service exit waits influence to the overall customer satisfaction, recommendation, willingness to bring friends, and repatronage intentions to the Abadi Motor Workshop in Blora. the service-entry waits, the in-service waits, and the service exit waits has an influence to the overall customer satisfaction with correlation coefficient value 0,528 and determination coefficient value 27,9%. The service-entry waits and the service exit waits influence partially the recommendation and willingness to bring friend with each correlation coefficient value is 21,9% and 15,1%. For the repatronage intentions partially is influenced by the in-service waits with correlation coefficient value 0,362 and determination coefficient value 13,1%. So that, Abadi Motor Workshop in Blora hopefully can give more attention to the service-entry waits and the service exit waits for the customers.

**Keyword** : waiting line (the service-entry waits, the in-service waits, and the service exit waits), overall customer satisfaction, recommendation, willingness to bring friend and repatronage intentions.