

**Laporan J.D. Power Asia Pasifik:
Pelanggan yang Membawa Kendaraan Mereka ke Pusat Layanan pada Periode Kepadatan Puncak di Pagi Hari Memiliki Tingkat Kepuasan Lebih Rendah Ketimbang Mereka yang Datang di Siang Hari**

Toyota dan Mitsubishi Sama-sama Menempati Peringkat Tertinggi dalam Kepuasan Layanan Purna-Jual Diantara Merek *Mass-market* di Indonesia

Singapura - 1 September 2014 - Pelanggan yang membawa kendaraannya ke *dealer* untuk servis di siang hari merasakan kepuasan lebih tinggi dibandingkan mereka yang membawa kendaraan mereka untuk servis di pagi hari, demikian menurut J.D. Power Asia Pasifik 2014 Indonesia Customer Service Index (CSI) StudySM yang dirilis hari ini.

Studi yang telah memasuki tahun ke-14 ini mengukur kepuasan pemilik kendaraan baru terhadap proses layanan purna jual dengan menganalisa kinerja *dealer* dalam lima faktor: memulai pengerjaan servis (27%); konsultan layanan (12%); fasilitas servis (15%); pengambilan kendaraan (15%); dan kualitas servis (30%). Kinerja pelayanan jaringan *dealer* dilaporkan dalam skor indeks berdasarkan skala 1.000 poin. Studi tahun 2014 ini menganalisa kepuasan layanan secara eksklusif di segmen *mass market*.

Secara keseluruhan tingkat kepuasan untuk merek *mass market* mencapai rata-rata 767 poin di tahun 2014, meningkat sebanyak 13 poin dari 2013. Kepuasan meningkat pada kelima faktor, dengan peningkatan tahun-ke-tahun paling besar pada pengambilan kendaraan (+17 poin).

Studi ini menemukan bahwa kepuasan di kalangan pelanggan yang membawa kendaraan mereka untuk servis setelah jam 12 siang mencapai rata-rata 774, dibandingkan dengan kepuasan di kalangan pelanggan yang membawa kendaraan mereka sebelum jam 10 pagi mencapai rata-rata 764. Lebih dari sepertiga (38%) pelanggan membawa kendaraan mereka sebelum jam 10 pagi, sementara 15 persen membawa kendaraan mereka untuk servis di siang hari.

“Sebagian besar pelanggan di Indonesia membawa kendaraan mereka untuk servis di pagi hari. Ini membuat sumber daya yang dimiliki *dealer* menjadi lebih sibuk pada waktu puncak di pagi hari,” ujar Rajeev Nair, direktur J.D. Power Asia Pasifik. “Ketika area servis sibuk, semua membutuhkan waktu lebih lama - mulai dari mencari tempat parkir, waktu tunggu untuk dilayani oleh konsultan layanan, pembuatan formulir kerja sampai pemindahan kendaraan ke anjungan servis. Ini semua turut berpengaruh terhadap rendahnya tingkat kepuasan.”

Nair mencatat bahwa upaya *dealer* untuk mengelola sumber daya mereka dengan lebih baik di periode kepadatan puncak dan menganjurkan pelanggannya untuk berkunjung di luar periode kepadatan puncak dapat turut berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan. Lebih jauh, pembuat mobil juga dapat mempertimbangkan untuk menyesuaikan waktu operasional bisnis guna menyesuaikan volume servis yang terus bertumbuh seiring dengan kapasitas.

TEMUAN KUNCI

- Studi ini menemukan bahwa 80 persen pelanggan menunggu di *dealer* semasa kendaraan mereka diservis. *Dealer* yang menawarkan delapan fasilitas atau lebih kepada pelanggan yang sedang menunggu kendaraannya – seperti hidangan gratis, penyejuk ruangan, ruang duduk yang memadai dan bahan bacaan – mencapai skor kepuasan rata-rata 782. Ini 25 poin lebih tinggi dibandingkan *dealer* yang menawarkan kurang dari lima fasilitas.
- Proporsi pelanggan di Indonesia yang menjadwalkan kunjungan servis mereka via telepon meningkat hingga 27 persen di tahun 2014 dibandingkan 24 persen di tahun 2013. Diantara pelanggan tersebut, terdapat peningkatan persentase tahun-ke-tahun yang mengindikasikan bahwa saat pelanggan menelepon untuk membuat janji, *dealer* memanfaatkan peluang ini untuk mengkonfirmasi informasi kontak mereka, dan lebih penting lagi, untuk mengumpulkan informasi mengenai kendaraan sebelum kunjungan servis.
- Studi ini menemukan bahwa 68 persen pelanggan mengetahui kapan mereka harus membawa kendaraan mereka untuk servis dengan memonitor kilometer kendaraan / kebutuhan servis di 2014. Angka ini turun dari 79 persen di tahun 2013. Lebih lanjut, 16% pelanggan membawa kendaraan mereka untuk servis karena mengalami masalah dengan kendaraan, meningkat dari 11% di 2013
- Diantara pemilik kendaraan *mass market* yang sangat puas terhadap pengalaman servis mereka di pusat servis resmi (skor CSI servis mencapai 801 atau lebih), 65 persen menyatakan mereka “pasti akan” mengunjungi *dealer* yang sama lagi untuk layanan pasca garansi, dibandingkan hanya 43 persen yang sangat tidak puas (skor CSI 734 atau lebih rendah).

Peringkat Studi CSI

Mitsubishi dan Toyota menempati peringkat tertinggi (posisi seri) diantara merek-merek *mass market* dalam tingkat kepuasan layanan pelanggan keseluruhan atas layanan purna-jual, dengan skor masing-masing 770. Mitsubishi menunjukkan kinerja baik khususnya dalam memulai pengerjaan servis dan pengambilan kendaraan. Sementara Toyota menunjukkan kinerja baik dalam konsultan layanan, fasilitas servis dan kualitas servis. Ford dan Mazda mengikuti di belakangnya – dalam posisi seri, masing-masing di angka 769.

“Meskipun terdapat peningkatan volume servis yang muncul dari peningkatan penjualan kendaraan baru, sembilan dari 12 merek yang diperingkat dalam studi ini menunjukkan kemajuan tingkat kepuasan dari tahun 2013,” ujar Nair. “Ini merupakan pencapaian luar biasa dan sebuah cerminan dari upaya yang dilakukan pembuat mobil dan *dealer* untuk memberikan pengalaman servis yang memuaskan kepada pelanggan di Indonesia.

Studi CSI Indonesia 2014 ini didasarkan pada respons dari 3.467 pemilik kendaraan yang menerima kiriman kendaraan baru mereka antara Februari 2012 hingga Mei 2013 dan mengambil kendaraan mereka untuk diservis di *dealer* resmi atau pusat servis antara Agustus 2013 hingga Mei 2014. Studi ini diadakan dalam rentang waktu antara bulan Februari dan Mei 2014.

Kontak Media

XingTi Liu; J.D. Power Asia Pacific; 08-Shenton Way, #44-02/03/04; Singapore, 068811; Phone +65 6 733 8980; xingtliu@jdpower.com.sg

John Tews; Director, Media Relations; J.D. Power; Troy, Michigan 48083 USA; +001 248 680 6218; john.tews@jdpa.com

Tentang J.D. Power Asia Pacific: www.jdpower.com

Tentang J.D. Power dan Peraturan Iklan /Promosi www.jdpower.com/corporate

Tentang McGraw Hill Financial www.mhfi.com

#

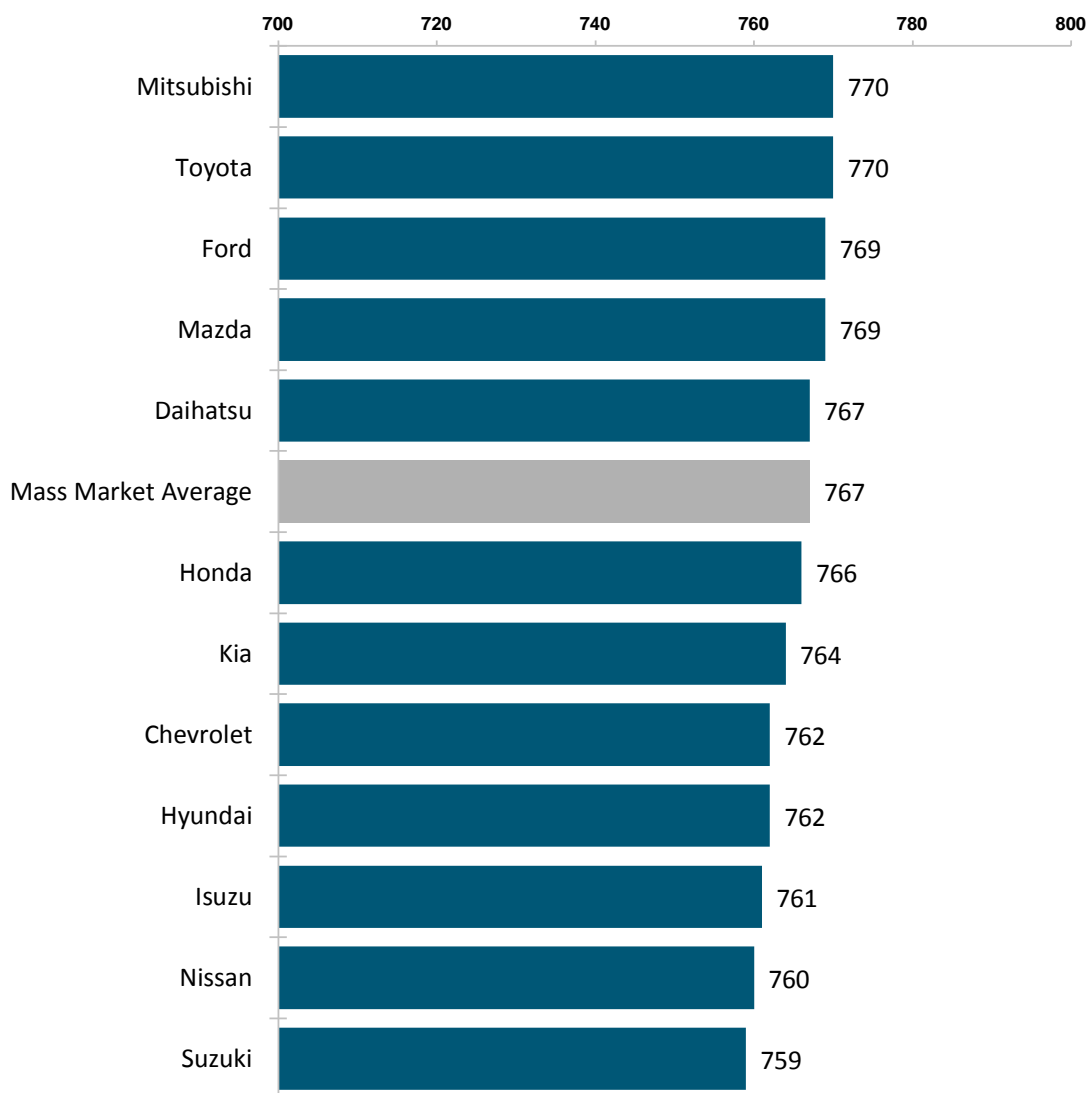
(Page 2 of 2)

Note: Lembar berikutnya menampilkan dua grafik

J.D. Power Asia Pacific 2014 Indonesia Customer Service Index (CSI) StudySM

Customer Service Index Ranking – Mass Market Brands

(Based on a 1,000-point scale)



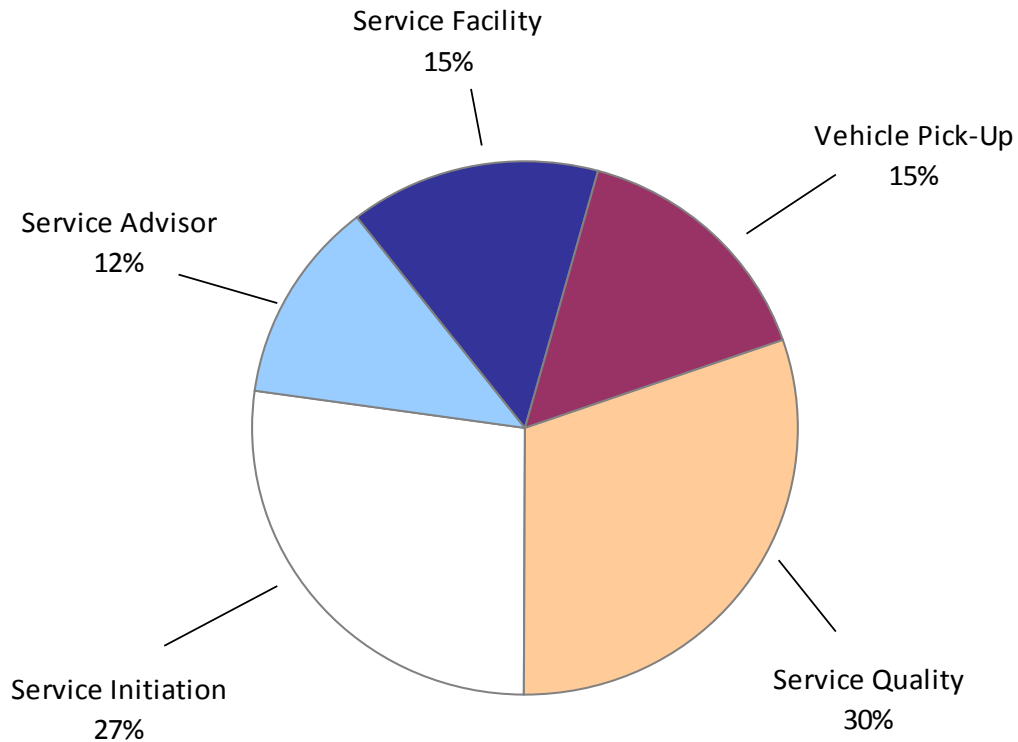
Note: Included in the study but not ranked due to small or insufficient sample size are Proton.

Source: J.D. Power Asia Pacific 2014 Indonesia Customer Service Index (CSI) StudySM

Charts and graphs extracted from this press release for use by the media must be accompanied by a statement identifying J.D. Power Asia Pacific as the publisher and the study from which it originated as the source. Rankings are based on numerical scores, and not necessarily on statistical significance. No advertising or other promotional use can be made of the information in this release or J.D. Power Asia Pacific survey results without the express prior written consent of J.D. Power Asia Pacific.

J.D. Power Asia Pacific 2014 Indonesia Customer Service Index (CSI) StudySM

Factors Comprising Overall Satisfaction



NOTE: Percentages may not total 100 due to rounding

Source: J.D. Power Asia Pacific 2014 Indonesia Customer Service Index (CSI) StudySM

Charts and graphs extracted from this press release for use by the media must be accompanied by a statement identifying J.D. Power Asia Pacific as the publisher and the study from which it originated as the source. Rankings are based on numerical scores, and not necessarily on statistical significance. No advertising or other promotional use can be made of the information in this release or J.D. Power Asia Pacific survey results without the express prior written consent of J.D. Power Asia Pacific.