

**J.D. Power Asia Pacific Melaporkan:
Pelanggan yang Berinfomasi di Malaysia Miliki Harapan Tinggi terhadap Khidmat Layanan Mesra Pelanggan**

Toyota Raih Tempat Teratas dalam Kepuasan Pelanggan Melalui Pusat Servisnya bagi Jenama di Pasaran Awam Malaysia

SINGAPURA: 1 OGOS 2014 — Pelanggan di Malaysia berharap tinggi untuk mendapat khidmat yang lebih baik apabila menghantar kenderaan masing-masing untuk diservis atau bagi tujuan pembaikan, namun pusat servis yang dilantik tidak berupaya mencapai harapan tersebut, demikian menurut laporan yang dikeluarkan hari ini oleh J.D. Power Asia Pacific 2014 Malaysia Customer Service Index (CSI) StudySM.

Kajian tersebut, yang kini memasuki tahun ke-12, mengukur tahap kepuasan secara keseluruhan di kalangan pemilik-pemilik yang menghantar kenderaan mereka ke pusat servis yang dilantik bagi maksud senggaraan servis dan / atau pembaikan dalam tempoh milikan 12 hingga 24 bulan pertama. Buat julung kalinya, kajian 2014 meneliti tahap kepuasan servis secara eksklusif terhadap segmen pasaran awam.

Kajian tersebut menilai tahap kepuasan pemilik kenderaan baru yang melalui pengalaman servis dengan mengkaji prestasi wakil penjual dalam lima faktor: Mutu Servis (38%); Ambilan (pick-up) Kenderaan (20%); Permulaan Servis (14%); Penasihat Servis (14%); dan Kemudahan Servis (14%). Kepuasan di kalangan jenama pasaran awam ini mencapai purata 754 mata indeks (pada skala 1,000 mata penuh) pada 2014, yang merupakan kemerosotan sebanyak 3-mata daripada catatan kajian 2013.

Kajian itu mengenal pasti 22 piawaian servis yang berupaya memperbaiki pengalaman pelanggan terhadap keseluruhan servis. Pada 2014, pelanggan menjangkakan yang pencapaian paling minimum adalah 19 daripada kesemua 22 tahap piawaian tersebut bagi membolehkan mereka menyatakan pengalaman servis tersebut adalah di tahap positif. Sebagai perbandingan, jangkakan pelanggan pada 2013 bagi tujuan yang sama adalah pencapaian minimum sebanyak 17 daripada 22 piawaian servis. Secara purata, pusat servis yang dilantik telah melaksana 18.1 piawaian bagi setiap kunjungan servis pada 2014.

“Para pelanggan mempunyai jangkakan yang lebih tinggi, oleh itu adalah penting bagi pusat servis kenderaan berusaha gigih untuk bukan sahaja memenuhi, bahkan melangkaui jangkakan supaya dapat menghasilkan pengalaman kepuasan pelanggan untuk semua pelanggan mereka,” jelas Rajaswaran Tharmalingam, Pengurus Wilayah, Malaysia, J.D. Power Asia Pacific. “Jenama perlu fokus kepada keseluruhan proses servis—bermula daripada membantu pelanggan untuk mendapatkan janji temu, menyediakan servis yang bermutu baik, kadar servis yang lebih pantas, menyedia penasihat servis yang mesra pelanggan dan berpengetahuan tinggi—kesemuanya menyumbang kepada kepuasan pelanggan yang menyeluruh.”

Kajian juga merumus bahawa terdapat beberapa servis tambahan lain yang disediakan oleh pusat servis mampu mempertingkatkan nilai kepuasan pelanggan, seperti membasuh dan mevakum kenderaan dengan bersih setelah selesai menjalankan sesuatu servis dan membuat panggilan susulan selepas servis tersebut. Buat masa ini, hanya 14 peratus pelanggan pasaran awam menyatakan pusat servis mereka menyediakan kedua-dua perkhidmatan ini, yang turut mencatat indeks kepuasan mata 797, berbanding 729 mata yang dicapai oleh pusat servis yang tidak menyediakan kedua-dua piawaian tersebut.

PENEMUAN UTAMA KAJIAN

- Kepuasan keseluruhan segmen pasaran awam mencatat mata indeks purata 754 pada 2014, iaitu merosot 3-mata daripada 2013. Kepuasan terhadap jenama nasional Malaysia dalam segmen pasaran awam mencatat 744 mata purata, merosot sejumlah 5 mata daripada 2013.
- Di antara 22 pengukur piawaian servis, jenama pasaran awam menunjukkan peningkatan dua angka mata-peratus dalam penyediaan borang servis / pembaikan dan anggaran kos sebelum menjalankan sesuatu servis, berbanding tahun 2013.
- Di kalangan pemilik pasaran awam yang paling berpuas hati dengan pengalaman servis pusat jualan (kepuasan servis mencatat purata 824 mata atau lebih), 53 peratus menyatakan “kepastian” mengunjungi semula pusat servis mereka dalam tempoh selepas jaminan, berbanding 37 peratus pada 2013.

Keputusan Kedudukan

Toyota menduduki tangga teratas dalam kepuasan keseluruhan pelanggan servis di kalangan jenama pasaran awam, dengan catatan mata 777. Toyota mencatat prestasi terbaik dalam faktor Kemudahan Servis. Nissan menduduki tempat kedua dengan catatan mata 776, manakala Isuzu dan Mazda masing-masing di tempat ketiga dengan 775 mata.

Kajiselidik Indeks Perkhidmatan Pelanggan 2014 Malaysia dibuat berasaskan respon daripada 2,610 pemilik kenderaan baru dalam segmen pasaran awam yang telah membeli kenderaan mereka antara Februari 2012 dan Mei 2013 dan telah membawa kenderaan masing-masing ke pusat servis berdaftar antara Ogos 2013 dan Mei 2014. Kajian dijalankan sepanjang Februari hingga Mei 2014.

Wakil Media

Michelle Meng; J.D. Power Asia Pacific; Beijing, China; Phone 8610-6569-2704;
John Tews; J.D. Power; Troy, Michigan, USA; 001-248-680-6218; john.tews@jdpa.com

Mengenai J.D. Power Asia Pacific

J.D. Power Asia Pacific memiliki pejabat di Tokyo, Singapura, Beijing, Shanghai dan Bangkok yang menjalankan kajiselidik tentang kepuasan pelanggan dan menyediakan khidmat rundingan dalam perusahaan automotif, teknologi maklumat dan sektor kewangan. Kelima-lima pejabat tersebut berusahasama berganding bahu bagi menyatakan maksud sebenar kepuasan pelanggan kepada pengusaha-pengusaha perniagaan di Australia, China, India, Indonesia, Jepun, Malaysia, Filipina, Taiwan, Thailand dan Vietnam. Maklumat mengenai J.D. Power Asia Pacific dan segala produknya boleh diperolehi dengan mengunjungi laman web di: japan.jdpower.com.

Mengenai J.D. Power dan Syarat Pengiklanan/Promosi www.jdpower.com/about-us/press-release-info

Mengenai McGraw Hill Financial www.mhfi.com

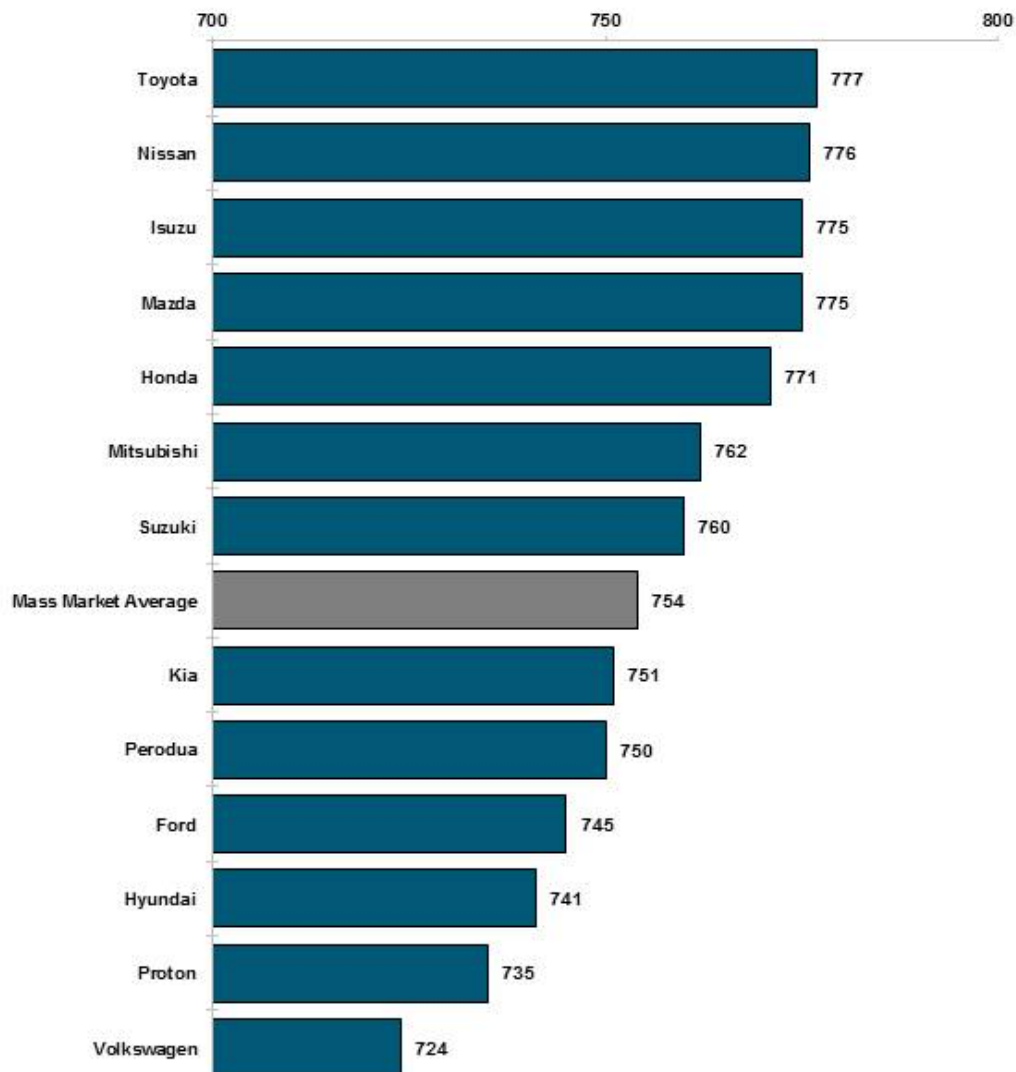
###

(Page 2 of 2)

NOTE: Two charts follow

J.D. Power Asia Pacific Indeks Kaji Selidik Perkhidmatan Pelanggan MalaysiaSM 2014

Kedudukan Indeks Perkhidmatan Pelanggan — Jenama Pasaran Awam (Berdasarkan skala 1,000-mata)



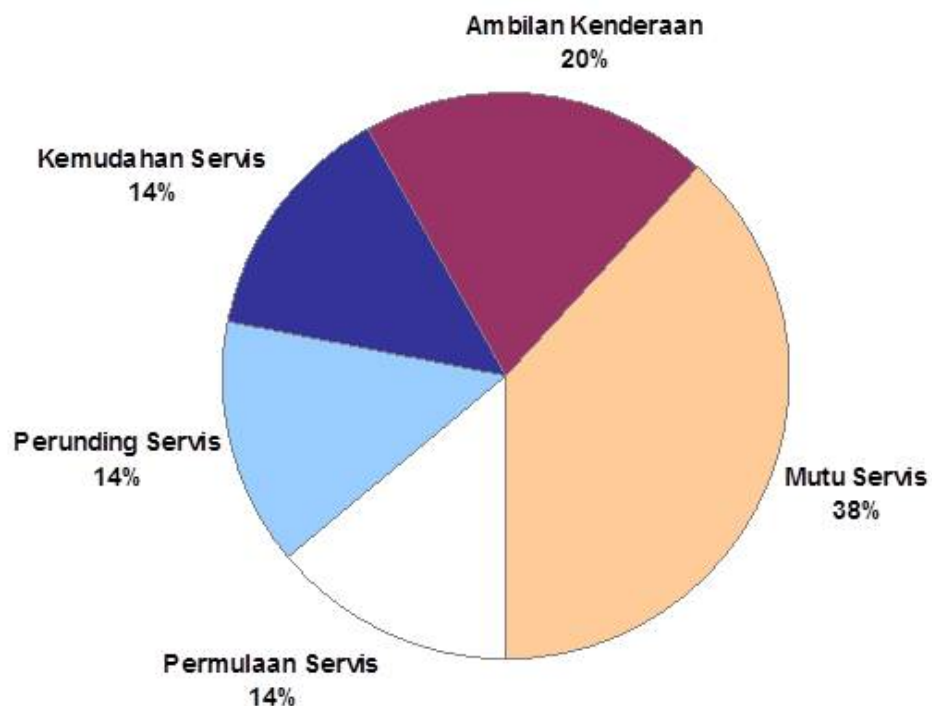
Nota: Chevrolet dan Peugeot diambilkira dalam kajian ini tetapi kedudukannya tidak dinyatakan kerana jumlah sampelnya yang kecil atau tidak mencukupi

Sumber: Kaji Selidik Indeks Perkhidmatan Pelanggan MalaysiaSM 2014 J.D. Power Asia PacificSM

Keratan carta dan graf yang diambil daripada kenyataan akhbar ini bagi kegunaan media hendaklah disertakan dengan kenyataan bahawa sumber maklumatnya adalah daripada J.D. Power Asia Pacific sebagai penerbit dan pengkaji asal. Kedudukan adalah berdasarkan mata numerikal, dan tidak semestinya mengikut signifikasi statistik. Kegunaan bagi tujuan promosi atau sebarang pengiklanan daripada keratan akhbar ini adalah dilarang samasekali tanpa kebenaran bertulis daripada pihak J.D. Power Asia Pacific.

J.D. Power Asia Pacific Indeks Kaji Selidik Perkhidmatan Pelanggan MalaysiaSM 2014

Faktor Merangkumi Kepuasan Secara Keseluruhan



Sumber: Kaji Selidik Indeks Perkhidmatan Pelanggan MalaysiaSM 2014 J.D. Power Asia PacificSM

Keratan carta dan graf yang diambil daripada kenyataan akhbar ini bagi kegunaan media hendaklah disertakan dengan kenyataan bahawa sumber maklumatnya adalah daripada J.D. Power Asia Pacific sebagai penerbit dan pengkaji asal. Kedudukan adalah berdasarkan mata numerikal, dan tidak semestinya mengikut signifikasi statistik. Kegunaan bagi tujuan promosi atau sebarang pengiklanan daripada keratan akhbar ini adalah dilarang samasekali tanpa kebenaran bertulis daripada pihak J.D. Power Asia Pacific.