

**SKRIPSI**

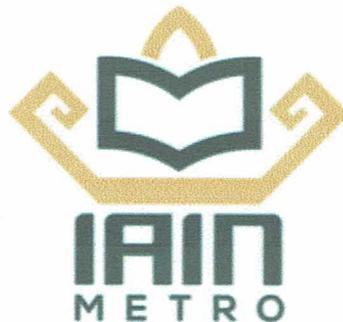
**LAYANAN PURNA JUAL PADA PRODUK SEPEDA MOTOR  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi Kasus Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung)**

**Oleh:**

**WAHYU CITRA ANGGRAINI**

**1289624**



**Jurusan : Ekonomi Syariah**

**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

**(IAIN) METRO**

**1438 H / 2017 M**

**LAYANAN PURNA JUAL PADA PRODUK SEPEDA MOTOR  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
(Studi Kasus Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar S.E

**Oleh:**

**WAHYU CITRA ANGGRAINI**

**NPM: 1289624**

Pembimbing I : Liberty, SE., MA

Pembimbing II : Elfa Murdiana, M. Hum

Jurusan : Ekonomi Syri'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

**METRO**

**1438 H / 2017 M**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **LAYANAN PURNA JUAL PADA PRODUK SEPEDA MOTOR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung)**

Nama : **Wahyu Citra Anggraini**  
NPM : 1289624  
Jurusan : **Ekonomi Syariah (ESy)**  
Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Telah disetujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I



**Liberty, SE., MA**  
NIP. 19740824 200003 2 002

Metro, Oktober 2017  
Pembimbing II



**Elfa Murdiana, M/Hum**  
NIP. 19801206 200801 2 010



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

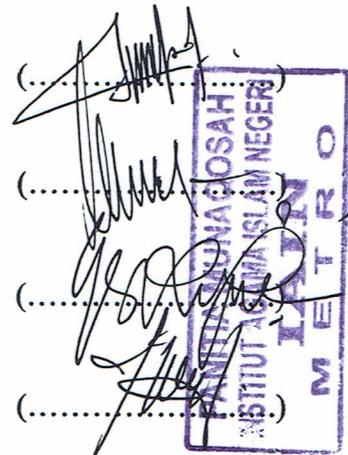
**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : 1582/In.28.3/D/PP.00-9/12/2017

Skripsi dengan Judul: LAYANAN PURNA JUAL PADA PRODUK SEPEDA MOTOR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung), disusun oleh WAHYU CITRA ANGGRAINI, NPM.1289624, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin / 27 November 2017.

**TIM MUNAQOSYAH:**

Ketua/Moderator : Liberty, SE., MA  
Penguji I : Drs. Dri Santoso, MH.  
Penguji II : Elfa Murdiana, M.Hum  
Sekretaris : Ani Nurul Imtihanah, M.S.I



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum**

19720923 200003 2 002

# **LAYANAN PURNA JUAL PADA PRODUK SEPEDA MOTOR**

## **TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

### **ABSTAK**

**Oleh:**

**WAHYU CITRA ANGGRAINI**

Layanan purna jual merupakan layanan yang didapat konsumen setelah terjadinya transaksi pembelian. Layanan purna jual ini merupakan bentuk tanggung jawab produsen dalam menjamin kualitas produk yang telah dijualnya, ketika sudah berada di tangan konsumen. Layanan purna jual yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi, sehingga dapat menambah loyalitas konsumen terhadap produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen pada PT Tunas Dwipa Matra Sekampung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui layanan purna jual di PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung terhadap kepuasan konsumen, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian peneliti menganalisa dengan menggunakan teknik analisa kualitatif yang menggunakan cara berfikir induktif.

Dari hasil analisis layanan purna jual pada produk sepeda motor terhadap kepuasan konsumen yaitu dealer Honda memberikan pelayanan dan layanan purna jual dengan baik, tanggap, ramah, dan sopan sesuai dengan system pelayanan yang telah ditentukan. Hal yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah ketika keinginan konsumen sesuai dengan harapannya, yaitu konsumen mendapatkan pelayanan dengan cepat dan sesuai dengan yang dibutuhkan. Serta dilihat dari kepuasan konsumen masih terdapat biaya tambahan saat melakukan servis yang dikeluarkan konsumen.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : WAHYU CITRA ANGGRAINI

NPM : 1289624

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Oktober 2017



**Wahyu Citra Anggraini**

**NPM. 1289624**

## MOTTO

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا هَلْ اَدُلُّكُمْ عَلٰۤى تِجْرَةٍ تُّنَجِّىْكُمْ مِّنْ عَذَابِ اَلِيْمٍ ﴿۱۰﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, sukakah kamu aku tunjukkan suatu  
perniagaan yang dapat menyelamatkanmu dari azab yang pedih*

(Qs. Ash-Shaff:10)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas rahmat yang telah dianugerahkan Allah SWT hingga satu tanggung jawab yang telah terlaksanakan. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Ayahanda Lamiyono dan Ibunda Dewi Retnowati S.Pd selaku orang tua peneliti yang mendoakan kebahagiaan dan keberhasilan peneliti, serta yang memberikan dukungan kepada peneliti.
2. Adikku Panji Krida Laksana dan Keluarga besar peneliti yang telah memberikan motivasi dan semangat serta doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Sahabat-sahabatku Anisaul Istiqomah S.E, Umul Muhimah, Ratna Andriyanti, Eli Saputri, Damas Ika Irawanti, Fariyuntika, Novita Sari.
4. Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung.
5. Almamater (IAIN) Metro.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E.

Dalam penulisan Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan baik ini peneliti ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M. Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
3. Ibu Rina Elmaza, S.H.I.,M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Ibu Liberty, SE.,MA selaku Pembimbing I dan Ibu Elfa Murdiana, M.Hum selaku Pembimbing II yang telah membimbing serta mengarahkan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada peneliti
6. Pimpinan dan seluruh karyawan dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung
7. Rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu peneliti. Namun peneliti menyadari keterbatasan kemampuan yang peneliti miliki, untuk itu peneliti menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk menghasilkan penelitian yang lebih baik. Akhirnya semoga hasil penelitian ini bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syari'ah dan khususnya bagi peneliti.

Metro, Oktober 2017

Peneliti



**Wahyu Citra Anggraini**  
**NPM. 1289624**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK .....	v
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Penelitian yang Relevan.....	8

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Layanan Purna Jual .....	11
1. Pengertian Layanan Purna Jual .....	11
2. Komponen Layanan Purna Jual.....	12
3. Strategi Layanan Purna Jual.....	14
4. Pengertian Layanan .....	15
B. Produk	
1. Pengertian Produk .....	17
2. Klasifikasi Produk .....	18

C. Kepuasan Konsumen .....	20
1. Pengertian Kepuasan .....	20
2. Faktor Utama dalam Menentukan Kepuasan Konsumen .....	22
3. Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	27
B. Sumber Data .....	28
C. Teknik Pengumpulan Data .....	30
D. Teknik Analisis Data .....	32

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung .....	34
B. Layanan Purna Jual Pada Produk Sepeda Motor PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung .....	39
C. Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Purna Jual PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung .....	48

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	52
B. Saran .....	53

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini cukup pesat. Untuk tetap eksis perusahaan harus memperhatikan kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan kegiatan pokok perusahaan, selain kegiatan produksi dalam rangka mempertahankan kehidupan perusahaan juga untuk mendapatkan keuntungan dari produknya. Kegiatan pemasaran berusaha untuk memenuhi kebutuhan harapan konsumen, dengan tujuan agar produk yang dihasilkan dapat dikenal oleh konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran memegang peranan penting dalam menunjang kegiatan perusahaan di dalam meningkatkan penjualan.<sup>1</sup>

Agar tujuan perusahaan untuk meningkatkan hasil penjualan tercapai maka perusahaan harus mempunyai cara yang digunakan sebagai pedoman terutama dalam bidang pemasaran. Strategi pemasaran adalah cara yang paling tepat dalam upaya meningkatkan penjualan, caranya ialah dengan promosi. Promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen membeli suatu produk yang ditawarkan.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Keller Lane Kevin, *Manajemen Pemasaran, Edisi Tigabelas* (Jilid 1), (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 228.

<sup>2</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000), h. 222.

Dari strategi pemasaran di atas, promosi seperti pemberian potongan harga merupakan bagian yang penting serta berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. Promosi dapat menambah serta mempengaruhi konsumen terhadap nilai pada barang atau jasa yang sedang diedarkan di pasaran. Dengan adanya promosi yang diberikan oleh perusahaan diharapkan penjualan akan dapat ditingkatkan dengan maksud dapat menarik konsumen yang nantinya membuat minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.<sup>3</sup>

Pelayanan dalam hal layanan purna jual yang diberikan juga penting untuk diperhatikan. Karena untuk menerangkan bahwa perusahaan memiliki fasilitas pelayanan lebih baik dibanding dari sebelumnya. Setiap produk yang dibeli oleh konsumen khususnya produk yang bersifat tahan lama (lebih dari 1 tahun) suatu saat pasti mengalami kerusakan atau penurunan performa dalam keaktifan, sehingga tidak memberikan hasil yang maksimal ketika hal itu terjadi, maka disinilah pentingnya peran dari layanan purna jual. Apabila layanan purna jual yang diberikan perusahaan kepada konsumen berjalan dengan baik dan benar bahkan melebihi harapan mereka, maka akan timbul suatu kepuasan tersendiri yang kemudian mengarah pada kesetiaan atau loyalitas pelanggan.

Jika layanan purna jual yang diberikan kurang baik atau tidak memuaskan konsumen, apalagi jauh dari apa yang diharapkan sehingga

---

<sup>3</sup> <http://www.2010/03/pengaruh-promosi-dan-potongan-harga.html> di unduh tanggal 22 Januari 2017.

timbul rasa kecewa, maka konsumen tidak mau lagi atau enggan untuk memanfaatkan fasilitas atau layanan yang ditawarkan. Selain itu juga, nama baik perusahaan menjadi buruk dibenak konsumen dan akan beresiko lagi apabila konsumen bercerita kepada orang lain tentang kejelekan dari perusahaan yang bersangkutan.

Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk. Hal ini tampak dalam QS. Al-Baqarah:282, yang menyatakan bahwa:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُوبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسَ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيَمْلِكْ وَلِيَّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَأَسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ ۖ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّن تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْمَعُوا أَنْ تُكْتَبَ لَهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَٰلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمٌ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۗ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۗ وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا يُضَارَّ كَاتِبٌ وَلَا شَهِيدٌ ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فُسُوقٌ بِكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ وَيُعَلِّمُكُمُ اللَّهُ ۗ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٨٢﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah[179] tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara

*kamu menuliskannya dengan benar. dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, maka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun daripada hutangnya. jika yang berhutang itu orang yang lemah akalnyanya atau lemah (keadaannya) atau Dia sendiri tidak mampu mengimlakkan, Maka hendaklah walinya mengimlakkan dengan jujur. dan persaksikanlah dengan dua orang saksi dari orang-orang lelaki (di antaramu). jika tak ada dua orang lelaki, Maka (boleh) seorang lelaki dan dua orang perempuan dari saksi-saksi yang kamu ridhai, supaya jika seorang lupa Maka yang seorang mengingatkannya. janganlah saksi-saksi itu enggan (memberi keterangan) apabila mereka dipanggil; dan janganlah kamu jemu menulis hutang itu, baik kecil maupun besar sampai batas waktu membayarnya. yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah dan lebih menguatkan persaksian dan lebih dekat kepada tidak (menimbulkan) keraguanmu. (Tulislah mu'amalahmu itu), kecuali jika mu'amalah itu perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, Maka tidak ada dosa bagi kamu, (jika) kamu tidak menulisnya. dan persaksikanlah apabila kamu berjual beli; dan janganlah penulis dan saksi saling sulit menyulitkan. jika kamu lakukan (yang demikian), Maka Sesungguhnya hal itu adalah suatu kefasikan pada dirimu. dan bertakwalah kepada Allah; Allah mengajarmu; dan Allah Maha mengetahui segala sesuatu. (QS Al-Baqarah : 282)*

Berdasarkan ayat di atas salah satu tindakan untuk menciptakan hubungan pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya sehingga pelanggan akan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

Layanan purna jual didefinisikan sebagai jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumennya setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkan. Tidak ada peraturan yang menyatakan parameter atau batasan secara detail terhadap barang/jasa yang dapat diberikan layanan purna jual. Batasan barang/jasa yang dapat diberikan layanan purna jual hanya dijelaskan pada jangka waktu pemanfaatan minimal, yakni sekurang-kurangnya 1 (tahun).

Di dalam SNI Tahun 2007, jenis layanan purna jual dibagi menjadi dua yaitu:

1. Pelayanan purna jual selama masa garansi, berupa jaminan pemeriksaan, perbaikan dan penggantian barang atau komponennya yang tidak berfungsi dengan biaya ditanggung oleh principal selama barang digunakan atau dioperasikan.
2. Pelayanan purna jual pasca garansi berupa jaminan perawatan (service) berkala, perbaikan, penggantian dan ketersediaan komponen dari barang yang bersangkutan, ketersediaan teknologi, tenaga teknis yang kompeten serta bengkel perawatan yang disediakan dengan biaya yang dibebankan kepada konsumen.<sup>4</sup>

Layanan purna jual menjadi daya tarik dari suatu produk dan mempunyai sumbangan penting terhadap keberhasilan produk dalam bersaing di pasar. Layanan purna jual juga diperlukan oleh perusahaan untuk menjaga citra baik produk, merek dagang, dan citra perusahaan. Pelayanan yang merupakan produk jasa tersebut berupa pelayanan pada masa pra transaksi yaitu pelayanan yang diberikan perusahaan dalam bentuk pemberian informasi-informasi mengenai produk yang di jual, penjelasan mengenai harga, promosi-promosi yang ditawarkan. Selain pelayanan pada masa pra transaksi ada juga pelayanan pasca transaksi berupa pelayanan purna jual yang didalamnya ada pemberian masa service

---

<sup>4</sup> <http://www.pengadaan.web.id/2016/10/memahami-istilah-layanan-purna-jual-didalam-pengadaan-barang-jasa.html> di unduh tanggal 12 Januari 2017.

gratis, ganti oli gratis. Dimana pelayanan-pelayanan tersebut merupakan bagian dari dimensi kualitas pelayanan.<sup>5</sup>

Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang pada akhirnya akan menuju pada kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.<sup>6</sup>

Kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha bisnis, sehingga dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan menciptakan sebuah hubungan yang baik, karena antara pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah dua hal yang tak dapat dipisahkan yang harus selalu diperhatikan dalam jual beli.<sup>7</sup>

Dari hasil pra survey di dealer Honda dengan Bapak Yogi Amrullah menjelaskan bahwa pihak Honda sendiri telah memberikan layanan purna jual seperti pengantaran sepeda motor setelah konsumen membelinya, lalu petunjuk manual dalam mengoperasikan sepeda motor, penyediaan suku cadang orisinil, penyediaan bengkel resmi, dan layanan konsultasi atas produk yang dibeli.<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> <http://www.sekedarinfo.com/tahapan-tahapan-transaksi-antara-konsumen-dan-pelaku-usaha/html> di unduh tanggal 22 Januari 2017.

<sup>6</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 228.

<sup>7</sup> Ristiyanti Prasetijo dan John Ihalauw, *Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: PT Andi Offset, 2004), h. 21.

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Bpk. Yogi Amrullah, Kepala Cabang PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung, pada tanggal 18 Desember 2016.

Hal lain seperti yang dinyatakan oleh Ibu Yani Suryani salah satu konsumen dealer Honda, dia menyatakan pelayanan yang ramah serta memiliki fasilitas layanan penjualan, purna jual dan fasilitas service memudahkan saya untuk melakukan service sepeda motor. Selain menyediakan sepeda motor juga menyediakan spare parts dan kebutuhan motor yang disediakan.<sup>9</sup>

Hal yang berbeda dinyatakan Bapak Slamet Riyanto, dia menyatakan bahwa merasa kecewa karena adanya keterlambatan mendapatkan STNK dan plat nomor, saat membeli sepeda motor dijanjikan oleh pihak dealer selama 15 hari STNK dan plat nomor akan turun, tetapi kenyataannya lebih dari waktu yang dijanjikan STNK dan plat nomor tidak kunjung turun dan tidak adanya pemberitahuan atau penjelasan dari pihak dealer.<sup>10</sup>

Dari hasil wawancara diatas mulai dari kepala cabang dengan wawancara beberapa konsumen dapat disimpulkan bahwa masih kurang adanya jasa dan pelayanan yang diberikan untuk konsumen. Dengan adanya kesenjangan antara jasa dan pelayanan yang dialami konsumen ini maka harus ada perbaikan pada layanan purna jual pada PT. Tunas Dwipa Matra demi kenyamanan konsumen juga sebagai bentuk strategi pemasaran yang terbaik untuk konsumennya. Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Layanan Purna Jual Pada

---

<sup>9</sup> Yani Suryani, Konsumen PT. Tunas Dwipa Matra, wawancara, 20 Desember 2016.

<sup>10</sup> Slamet Riyanto, Konsumen PT. Tunas Dwipa Matra, wawancara, 04 Januari 2017.

Produk sepeda Motor Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung”.

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas, maka pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: **“Bagaimana layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen pada PT Tunas Dwipa Matra Sekampung?”**

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen pada PT Tunas Dwipa Matra Sekampung.

### **2. Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini ialah:**

#### **a. Secara Teoris**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan bagi akademisi, khususnya yang berhubungan dengan pelayanan purna jual dan kepuasan konsumen pada PT Tunas Dwipa Matra Sekampung.

#### **b. Secara Praktis**

Penelitian ini dapat memberikan pertimbangan bagi pihak Dealer Honda PT Tunas Dwipa Matra dalam mengambil keputusan dan strategi dalam menciptakan kepuasan konsumen dalam menjalankan bisnis.

#### D. Penelitian Relevan

Penelitian yang relevan ini menjadi penting karena memperjelas posisi, perbedaan atau memperkuat hasil penelitian tersebut dengan penelitian yang telah ada.<sup>11</sup>

Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan terhadap karya ilmiah (skripsi) di perpustakaan IAIN METRO bahwa yang membahas tentang pelayanan terhadap kepuasan konsumen sudah peneliti temukan. Dalam penelitian relevan ini, ada beberapa karya ilmiah terkait dengan pembahasan peneliti di antaranya:

1. Skripsi Jefri Antoni Efrizal Mahasiswa Ekonomi Islam IAIN METRO dalam skripsinya yang berjudul “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Jasa Pelayanan KSU BMT AL-Ihsan Kota Metro Tahun 2004 menjelaskan untuk mengetahui dan menganalisis mengenai tingkat kesesuaian harapan kepuasan nasabah terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BMT Al-Ihsan Kota Metro.<sup>12</sup>
2. Skripsi Ricca Ambarsari Mahasiswa Ekonomi Islam IAIN METRO yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari’ah (BPRS) Metro Madani”, menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pada variable daya tanggap dianggap paling penting dan mempunyai

---

<sup>11</sup> Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, (IAIN METRO, 2013), h. 55.

<sup>12</sup> Skripsi Jefri Antoni Efrizal, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Jasa Pelayanan KSU BMT AL-Ihsan Kota Metro*, IAIN METRO, 2004.

pengaruh yang paling dominan untuk meningkatkan kepuasan nasabah.<sup>13</sup>

3. Skripsi Ria Kartini Mahasiswa Ekonomi Islam IAIN METRO yang berjudul “ Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di MultiMart Simbarwaringin Kabupaten Lampung Tengah”, menjelaskan bahwa selain kualitas pelayanan, penetapan harga adalah strategi yang dilakukan terhadap kepuasan konsumen.<sup>14</sup>

Dari hasil penelitian-penelitian yang dilakukan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaannya, yaitu sama-sama meneliti pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sementara perbedaannya yang dapat dilihat dengan hasil penelitian lebih ditekankan pada layannannya yaitu layanan purna jual terhadap tingkat kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa penelitian yang berjudul layanan purna jual pada produk sepeda motor terhadap kepuasan konsumen belum pernah diteliti sebelumnya di IAIN METRO.

---

<sup>13</sup> Skripsi Ricca Ambarsari, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Metro Madani*, IAIN METRO, 2013.

<sup>14</sup> Skripsi Ria Kartini, *Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di MultiMart Simbarwaringin Kabupaten Lampung Tengah*, IAIN METRO, 2016.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Layanan Purna Jual

##### 1. Pengertian Layanan Purna Jual

Layanan purna jual adalah jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumennya setelah transaksi penjualan dilakukan sebagai jaminan mutu untuk produk yang ditawarkan.<sup>15</sup> Philip Kotler mengatakan “Layanan purna jual adalah layanan yang diberikan perusahaan kepada seorang konsumen setelah terjadi transaksi penjualan”. Sedangkan menurut Hindle dan Thomas dalam Fandy Tjiptono Layanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa layanan purna jual adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan setelah penyerahan produk kepada konsumen atas pembeliannya, yang berlaku selama konsumen ada ikatan layanan atau hubungan dalam berbagai kegiatan layanan.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> <http://id.m.wikipedia.org/wiki/layanan-purna-jual?-e-pi-> di unduh tanggal 25 Januari 2017.

<sup>16</sup> <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/07/pengertian-komponen-dan-strategi.html> di unduh tanggal 25 Januari 2017.

Layanan purna jual yang diberikan oleh perusahaan mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Menjaga minat konsumen atau calon konsumen dan memperluas sikap positif dari keunggulan produk yang telah dijanjikan.
- b. Menumbuhkan kepuasan, kekaguman, rekomendasi, dan pembelian ulang.
- c. Menciptakan kepercayaan, keyakinan diri, dan reputasi.
- d. Mengungkapkan generasi dengan persyaratan termasuk penjelasan tentang suku cadang (bila ada) secara terbuka.<sup>17</sup>

## 2. Komponen Layanan Purna Jual

Layanan purna jual memiliki beberapa unsur, sebagaimana dikemukakan oleh Philip Kotler bahwa unsur-unsur dalam layanan purna jual adalah sebagai berikut:

### a. Garansi

Garansi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam melaksanakan layanan purna jual. Garansi ditunjukkan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk dalam keadaan baik atau bebas dari kerusakan, akibat dari ketidaktelitian pengajaran atau penggunaan material yang kurang baik yang berlaku untuk jangka waktu tertentu.

### b. Penyediaan *Accessories*

Dalam pelaksanaan layanan purna jual, penyediaan suku cadang merupakan hal yang sangat penting, sebab tanpa adanya suku

---

<sup>17</sup> <http://2015/02/pelayanan-purna-jual-dan-tujuan.html> di unduh tanggal 25 Januari 2017.

cadang produk yang sudah rusak komponennya tidak dapat berfungsi dengan baik, bahkan produk tersebut tidak dapat dipakai lagi. Jadi penyediaan *accessories* merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam usaha unruk memuaskan konsumen, yang pada akhirnya akan mempertahankan loyalitas pelanggan yang sudah dimiliki.

c. Pelayanan Pemeliharaan dan Perbaikan

Pelayanan dan pemeliharaan dan perbaikan diperlukan apabila suatu produk memiliki masa konsumsi yang lama dan memerlukan perawatan yang teratur agar dapat selalu berfungsi dengan baik, dan juga untuk melakukan perbaikan atas kerusakan yang terjadi pada produk tersebut selama pemakaiannya.

d. Fasilitas dan Perlengkapan

Fasilitas dan perlengkapan suatu produk merupakan sarana untuk melakukan layanan purna jual. Peralatan dan perlengkapan yang canggih akan dapat menentukan kelancaran pelayanan petugas dalam melakukan pemeliharaan dan perbaikan produk yang dibeli konsumen.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/07/pengertian-komponen-dan-strategi.html> di unduh tanggal 25 Januari 2017.

### 3. Strategi Layanan Purna Jual

Kebanyakan perusahaan mengoperasikan departemen pelayanan pelanggan dengan mutu yang sangat bervariasi. Memberikan jasa setelah penjualan, termasuk jasa pemeliharaan dan perbaikan penyediaan *accessories* dan garansi purna jual. Perusahaan harus menentukan bagaimana mereka ingin menawarkan jasa setelah penjualan (misalnya, jasa pemeliharaan dan perbaikan serta jasa pelatihan) kepada pelanggan. Dalam strategi jasa purna jual sebagian besar perusahaan bergerak maju melalui serangkaian tahap penyediaan jasa ketika mereka memperoleh keberhasilan lebih besar di suatu pasar.<sup>19</sup>

Menurut Philip Kotler terdapat tiga alternatif yang dimiliki perusahaan dalam memberikan jasa setelah transaksi penjualan, yaitu:

- a. Produsen dapat membuat perjanjian dengan distributor dan dealer untuk memberikan jasa tersebut.
- b. Produsen dapat memberikan jasa tersebut kepada perusahaan spesialis dalam bidang tersebut.
- c. Produsen dapat membebaskan pelanggan untuk melakukan jasa ini sendiri.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Ibid, h. 100-101.

<sup>20</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 1997), h. 70-71.

#### 4. Pengertian Layanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Selain itu juga bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas yang biasa (*namun tidak harus selalu*) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan, jasa dan sumber daya, fisik atau barang, dan system penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan. Sementara itu, perspektif pelayanan sebagai sebuah sistem, dimana setiap bisnis jasa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama: (1) operasi jasa, dan (2) penyampaian jasa lain. Pelayanan juga diartikan perilaku petugas layanan dalam memenuhi apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen.<sup>21</sup>

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu diberikan kepada orang lain, dalam hal ini, kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka. Sehingga pengertian pelayanan pada intinya usaha melayani kebutuhan orang lain.<sup>22</sup>

Pemberian pelayanan menjadi hal yang terpenting bagi perusahaan, hal tersebut dikarenakan posisi pelayanan merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran. Pelayanan menjadi suatu

---

<sup>21</sup> M. Nur Riyanto Al-Alif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 209.

<sup>22</sup> *Ibid*, h. 211.

keharusan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan dalam sebuah usaha. Sehingga karyawan dituntut maupun memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pelayanan yang diberikan karyawan terhadap pelanggan.<sup>23</sup>

Pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya yang mereka harapkan. Pelayanan menjadi hal utama yang diperlihatkan serius oleh siapapun bentuknya tidak terlepas dari 3 macam yaitu: layanan dengan lisan, layanan melalui tulisan, dan layanan dengan perbuatan. Bentuk layanan ini memang tidak selamanya berdiri sendiri melainkan sering berkombinasi satu dengan yang lainnya.<sup>24</sup>

## **B. Produk**

### **1. Pengertian Produk**

Menurut Kamus Istilah Ekonomi, produk adalah sesuatu yang dihasilkan dalam suatu proses pengelolaan atau produksi.<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> H. Mulyadi Nitisusastro, *Pelaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 157.

<sup>24</sup> H.A.S Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 190-191.

<sup>25</sup> Wien's Anorga, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Bandung: M2S Bandung, 1993), h. 466.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi.<sup>26</sup>

Philip Kotler dan Kevin Lane mengemukakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, property, organisasi dan gagasan.<sup>27</sup>

Sedangkan menurut Sofjan Assauri berpendapat bahwa “dalam konsep produk perlu dipahami tentang wujud (*tangible*) dari produk, di samping *extended product* dan *generic product*”.<sup>28</sup> Dengan wujud yang dimaksudkan adalah cirri-ciri atau sifat fisik produk yang dilihat dari konsumen bahwa fungsinya dapat memenuhi kebutuhan atau keinginannya, dengan memakai atau menggunakan produk tersebut. Penekanan wujud fisik dari produk ini adalah fungsi dari produk tersebut di samping desain, warna, ukuran, dan pengepakannya. Dari wujud fisik inilah, konsumen atau pembeli atau membedakan suatu produk dengan produk lain, sehingga menarik motivasi konsumen atau pola pembeliannya. produk tidak hanya dilihat dari wujud fisiknya, tetapi juga mencakup pelayanan, harga, prestise pabrik dan penyalurnya, yang semuanya dapat diharapkan oleh konsumen dapat memenuhi keinginannya

---

<sup>26</sup> Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ketiga*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 896.

<sup>27</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h. 4

<sup>28</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002), h. 183.

(*consumer's want-satisfaction*). Konsep ini dikenal dengan perluasan produk atau *extended product*. di samping wujud fisik dan perluasannya, suatu produk juga dilihat dari manfaat dan kegunaannya secara menyeluruh, yang sifatnya merupakan jawaban pemecahan masalah yang dihadapi konsumen.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa produk merupakan sesuatu yang diciptakan atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam membeli suatu barang sebagai kebutuhan hidupnya.

## 2. Klasifikasi Produk

Kotler dan Armstrong mengklasifikasikan produk menjadi dua, yaitu produk konsumen (*consumer product*) dan produk industri (*industrial product*).<sup>29</sup>

a. Produk konsumen (*consumer product*) adalah produk yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumsi pribadi.

Produk konsumen terdiri atas sebagai berikut:

- 1) Produk kebutuhan sehari-hari (*convenience product*), yaitu produk konsumen yang sering dan segera dibeli pelanggan dengan usaha perbandingan dan pembelian yang minimum.
- 2) Produk belanja (*shopping product*), yaitu produk konsumen yang pelanggan dalam proses pembelian dan pemulihan secara karakteristik

---

<sup>29</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 73.

mempbandingkan produk tersebut berdasarkan kecocokan, kualitas, harga, dan gaya.

- 3) Produk khusus (*speciality product*), yaitu produk konsumen dengan karakteristik unik atau identifikasi merek yang mendorong sekelompok pembeli signifikan bersedia melakukan usaha pembelian khusus.
- 4) Produk yang tidak dicari (*unsought product*), yaitu produk konsumen yang tidak dikenal konsumen atau mungkin dikenal konsumen, tetapi konsumen tidak pernah berfikir untuk membelinya.

b. Produk industri (*industrial product*) adalah produk yang dibeli oleh individual dan perusahaan untuk pemrosesan lebih lanjut atau digunakan dalam menjalankan bisnis. produk industri ini terdiri atas sebagai berikut:<sup>30</sup>

- 1) Bahan dan suku cadang mencakup bahan mentah dan bahan pertanian (tepung, kapas, ternak, buah-buahan, dan sayur-sayuran). bahan dan suku cadang manufaktur terdiri atas bahan komponen (besi, benang, semen, dan baja) serta suku cadang komponen (ban dan cetakan).
- 2) Barang-barang modal adalah produk industri yang membantu produksi atau operasi pembeli, termasuk peralatan instalasi dan aksesoris.

---

<sup>30</sup> *Ibid*, h. 74.

- 3) Persediaan dan jasa, termasuk persediaan operasi (pelumas, batubara, dan kertas), barang perbaikan dan pemeliharaan (cat dan paku), serta jasa pemeliharaan meliputi pembersihan dan perbaikan.

## C. Kepuasan Konsumen

### 1. Pengertian Kepuasan

Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap *ekspetasi* mereka.<sup>31</sup>

Menurut Engel, et al, kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan-harapan.<sup>32</sup>

Dengan demikian, berdasarkan pembahasan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan seorang pelanggan adalah suatu perasaan seseorang yang ditunjukkan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan atau diterima dengan harapan. Perasaan tersebut akan muncul apabila kinerja yang dipersepsikan sesuai atau melebihi dengan harapan maka konsumen akan merasa puas, namun, jika kinerja tersebut tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan merasa kecewa.

---

<sup>31</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, h. 139.

<sup>32</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis*, h. 38.

Harapan seorang pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang barang atau jasa yang akan diterimanya bila membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap barang atau jasa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Harapan seorang pelanggan dibentuk melalui pengalaman masa lampaunya, informasi dari kenalan, dan iklan.<sup>33</sup>

Menurut Garvin dalam Lovelock, dalam mengevaluasi kepuasan terhadap perusahaan atau produk tertentu, ada beberapa atribut/dimensi yang dipergunakan, yaitu:

- a. Kinerja karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli.
- b. Ciri-ciri tambahan, yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan, yaitu sangat kecil risiko terjadi kerusakan (tidak dapat dipergunakannya suatu produk).
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi dan standar yang telah ditetapkan.
- e. Daya tahan, berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus dipergunakan (baik umur teknis atau umur ekonomis).
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan untuk direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. *Perceived quality*, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.<sup>34</sup>

---

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis*, h. 38-39.

## 2. Faktor Utama dalam Menentukan Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, sebagai berikut.<sup>35</sup>

### a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

### b. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industry jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

### c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

### d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sma tetapi menetapkan harga tang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

---

<sup>35</sup> <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html> di unduh tanggal 26 Januari 2017.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Dengan demikian, apabila ditinjau dari kualitas jasa pelayanan konsumen maka pencapaian kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan akan lebih lama dan kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut:

- 1) Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- 2) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan Miai dalam perbaikan proses pelayanan yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berfikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.
- 3) Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran.
- 4) Mengembangkan dan menerapkan *partnership accountable*, proaktif, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya (proaktif). Sementara itu, *partnership marketing* adalah pendekatan di mana perusahaan

membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan di pasar.<sup>36</sup>

Pada dasarnya, kepuasan dan ketidakpuasan seorang pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan seorang pelanggan setelah proses pembelian terjadi. Apabila seorang pelanggan merasa puas, mereka akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membeli kembali dan cenderung untuk memberikan referensi yang baik atas produk kepada orang lain. Namun, tidak dengan seorang pelanggan yang tidak puas. Seorang yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian produk. Oleh karena itu, hal tersebut haruslah dapat diantisipasi oleh perusahaan. Sebab, seorang pelanggan yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan.

### **3. Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Kepuasan konsumen merupakan suatu parameter yang dapat digunakan untuk memperkirakan tindakan yang dilakukan konsumen pada masa yang akan datang setelah mengkonsumsi suatu produk. Selain itu, pengukuran kepuasan seorang konsumen dapat dijadikan sebagai bahan masukan suatu perusahaan dalam mengembangkan peningkatan strategi yang akan dilakukan agar sesuai dengan harapan para konsumen.

Ada beberapa metode yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya.

---

<sup>36</sup> Rambat Lumpiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, h. 228-229.

Kotler mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, sebagai berikut:<sup>37</sup>

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus, dan lain-lain. Informasi yang diperoleh dari metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk memberikan respon secara cepat dan tanggap terhadap setiap masalah yang timbul.

b. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga sekaligus memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

c. Belanja bayangan

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau

---

<sup>37</sup> Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 16-17.

pembeli potensial produk perusahaan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu, para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

d. Analisis pelanggan yang hilang

Metode ini perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Dengan harapan untuk memperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian adalah suatu proses mencari sesuatu secara sistematis dalam waktu yang lama dengan menggunakan metode ilmiah serta aturan-aturan yang berlaku<sup>38</sup>.

##### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian jenis lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci, dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus. Objek penelitian ini adalah layanan purna jual yang dilakukan oleh PT. Tunas Dwipa Matra untuk mengetahui layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen.

##### 2. Sifat Penelitian

Metode Penelitian dalam proposal ini bersifat deskriptif. Sumadi Suryabrata menyatakan bahwa: “penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai situasi-situasi atau kejadian”.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> M. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, Cetakan III, 1998), h. 99.

<sup>39</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian Cet Ke-VI*, (Jakarta: Rajawali Press, 1991), h. 18.

Berdasarkan keterangan tersebut di atas dapat dipahami bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk mengetahui layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen pada PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung.

## B. Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh.<sup>40</sup> Data merupakan hasil pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta ataupun angka. Jadi, data dapat diartikan segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi itu sendiri merupakan hasil pengolahan suatu data yang dapat dipakai untuk suatu keperluan.

Sumber data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber pertama baik dari individu atau perseorangan yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Dalam hal ini, maka proses pengumpulan datanya perlu dilakukan dengan memperhatikan siapa sumber utama yang akan dijadikan objek penelitian.<sup>41</sup>

Dalam hal ini teknik pengambilan responden yang digunakan oleh peneliti adalah tehnik *snowball sampling*, pengertian *snowball*

---

<sup>40</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 172.

<sup>41</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 129.

*sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar.<sup>42</sup> Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang konsumen yaitu ibu Yani Suryani dan Slamet Riyanto, beserta konsumen lainnya, tetapi jika dengan dua sampel data yang didapat dirasa belum cukup, maka peneliti mencari responden lain untuk lebih melengkapi data yang dibutuhkan.

## 2. Sumber Data sekunder

Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh melalui buku-buku pustaka yang ditulis orang lain, dokumen-dokumen yang merupakan hasil penelitian dan hasil laporan<sup>43</sup>.

Sumber data sekunder diharapkan dapat menunjang peneliti dalam mengungkap data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, sehingga sumber data primer menjadi lebih lengkap. Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder dalam penelitian adalah buku-buku yang berkaitan dengan layanan dan kepuasan konsumen.

## C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Masalah akan memberi arah dan mempengaruhi metode pengumpulan data.<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 157.

<sup>43</sup> Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2008), h. 93.

<sup>44</sup> Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h.

Pengumpulan data adalah informasi yang didapat melalui pengukuran-pengukuran tertentu untuk digunakan sebagai landasan dalam menyusun argumentasi logis menjadi fakta. Sedangkan fakta itu sendiri adalah kenyataan yang telah diuji kebenarannya secara empirik.<sup>45</sup> Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Tujuan yang diungkapkan dalam bentuk hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan peneliti. Dalam tehnik pengumpulan data ini, penulis menggunakan tehnik :

#### 1) Observasi

Menurut S.Margono observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.<sup>46</sup> Observasi atau pengamatan, digunakan untuk mengumpulkan data yang berupa pengamatan di lapangan tentang pelayanan purna jual terhadap kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, penulis mengobservasi konsumen yang datang selama satu hari di PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung .

#### 2) Interview (wawancara)

Wawancara yaitu suatu percakapan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang duduk berhadapan secara fisik dan diarahkan pada suatu masalah tertentu<sup>47</sup>. Cara yang digunakan peneliti adalah interview

---

<sup>45</sup> Abdurrahmat Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Sekerripsi*,( Jakarta: Rineka Cipta, 2006),h. 104.

<sup>46</sup> Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), h. 173.

<sup>47</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Madar Maju, 1996), h.187.

bebas terpimpin, karena untuk menghindari pembicaraan yang menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti.

Guna memperoleh data yang ada kaitannya dengan penelitian ini, maka peneliti mencari informasi yang diperlukan tentang pelayanan purna jual terhadap tingkat kepuasan konsumen pada PT. Tunas Dwipa Matra, wawancara akan dilakukan kepada Manajer, kemudian juga beberapa karyawan dan konsumen.

### 3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber-sumber tertulis atau dokumen-dokumen, baik berupa buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.<sup>48</sup> Dapat dipahami bahwa dokumentasi adalah cara memperoleh informasi dari sumber-sumber tertulis yang telah ada.

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data-data yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini melalui buku-buku, artikel, brosur, surat kabar, internet, dan media lainnya yang berhubungan dengan pokok pembahasan penelitian di PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung.

#### **D. Teknis Analisis Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat

---

<sup>48</sup> Suharsimi Arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek.*, h.145.

dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang.<sup>49</sup>

Peneliti menggunakan analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan dan tingkah laku yang diobservasi dari manusia.<sup>50</sup>

Sedangkan cara berfikir induktif peneliti menggunakan cara berfikir induktif yaitu suatu cara yang berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan konkrit, peristiwa konkrit, kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.<sup>51</sup> Pendekatan induktif dimaksudkan untuk membantu pemahaman tentang pemaknaan dalam data yang rumit melalui pengembangan tema-tema yang diikhtisarkan dari data kasar.

Berdasarkan keterangan diatas maka dalam menganalisis data penulis menggunakan data yang telah diperoleh dalam bentuk uraian-uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yaitu secara khusus dari informasi tentang layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung.

---

<sup>49</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), Edisi Revisi, h.248.

<sup>50</sup> Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta : PT Remaja Rosdakarya, 2004), h.16.

<sup>51</sup> Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 1*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984), h. 4.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung**

##### **1. Sejarah Berdirinya Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung**

Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung awalnya terletak di jalan Hayam Wuruk No 56 Sumbergede Sekampung Lampung Timur berdiri pada tahun 2011 dan didirikan oleh Bapak Mariano Gonosah selaku pimpinan. Awalnya perusahaan ini bergerak dibidang penyediaan suku cadang (*Spare Part*) dan penjualan kendaraan sepeda motor Honda. Pada tahun 2012 Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra berpindah tempat di jalan Soekarno Hatta Barat Pasar Sekampung Kabupaten Lampung Timur masih dibidang penyediaan suku cadang (*Spare Part*) dan penjualan kendaraan sepeda motor Honda. Akhirnya pada Tahun 2014 berpindah tempat lagi di jalan Sekampung Dsn IV Desa Sidodadi, disitulah Bapak Mariano Gonosah membuka usaha baru yang bergerak dibidang perbengkelan AHASS Honda yang merupakan sebuah bengkel resmi sepeda motor Honda yang didirikan pada tahun 2014 sampai dengan sekarang.

Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung memiliki Visi sebagai berikut menjadi group dealer otomotif terkemuka melalui pelayanan terbaik bagi konsumen.

Misi PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung sebagai berikut:

- 1) Memberi pengalaman terbaik pelanggan dalam pembelian dan kepemilikan kendaraan.
- 2) Membangun budaya perusahaan yang dapat meningkatkan kreatifitas individu dan kerjasama tim.
- 3) Senantiasa membuat perbedaan yang positif kepada komunitas dan lingkungan dimanapun Tunas berada.<sup>1</sup>

Menurut penuturan Bapak Yogi Amrullah selaku kepala cabang PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung, Bapak Mariano Gonosah selaku pimpinan menjalankan usahanya dengan mengembangkan dalam bidang penjualan kendaraan sepeda motor Honda (Dealer) yang bekerja sama dengan beberapa perusahaan, yaitu: FIF, dan PT. ADIRA Finance, yang merupakan perusahaan pembiayaan penjualan sepeda motor Honda. Hal tersebut dilakukan sebagai pengembangan usaha Bapak Mariano Gonosah dalam bidang penyediaan suku cadang kendaraan sepeda motor.

Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung memiliki 15 outlet penjualan dan bengkel servise yang memadai. Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung menjual berbagai jenis sepeda

---

<sup>1</sup> Hasil Wawancara dengan bapak Yogi Amrullah selaku *Kepala Cabang PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 15 Mei 2017.

motor Honda mulai dari harga yang murah sampai mahal yang sesuai dengan jenis dan kualitas yang sesuai. Jenis-jenis sepeda motor Honda yang dijual di Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung memiliki berbagai tipe sport yang terdiri dari Honda CBR, CRF 250 RALLY, Verza 150, Honda New Mega Pro, tipe Matic yang terdiri dari Beat SP CW, Beat SP CBS, Beat SP CBS ISS, Scoopy F1 Aporty, Scoopy F1 Stylish, Vario 150, Vario 125, Vario 110, dan tipe motor bebek yang terdiri dari Honda Supra X 125 SW, Supra X 125 CW, Absolute Revo SW, Absolute Revo C, dan lain-lain.<sup>2</sup>

## **2. Struktur Organisasi Kepegawaian Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung.**

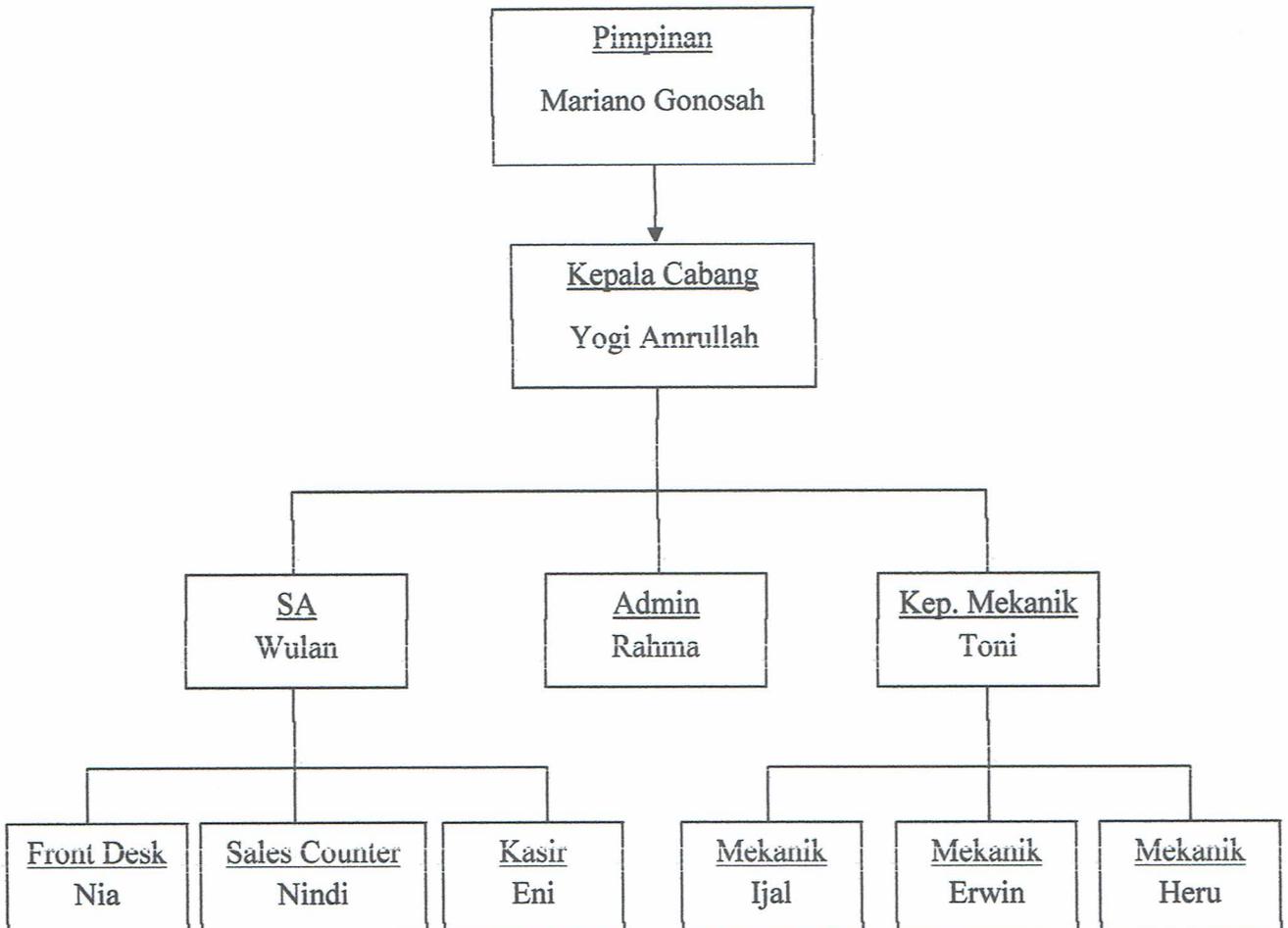
Setiap perusahaan pastilah mempunyai tujuan untuk mencari keuntungan yang sebanyak-banyaknya. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan manajemen yang baik dan sumber daya manusia yang berkualitas. SDM yang berkualitas tersebut akan menentukan bagaimana proses atau cara kerja yang efektif dan efisien agar tujuan perusahaan tercapai. Untuk mencapai tujuan suatu perusahaan diperlukan kerjasama yang saling mendukung antara bagian-bagian yang ada di perusahaan.

---

<sup>2</sup> Hasil Wawancara dengan bapak Yogi Amrullah selaku *Kepala Cabang PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 15 Mei 2017.

Berikut ini struktur organisasi yang ada di dealer Honda PT.

Tunas Dwipa Matra Sekampung:



Berdasarkan keterangan di atas, dapat diuraikan tugas dari masing-masing jabatannya, yaitu:

a. Kepala Cabang

Mengawasi secara langsung atas berlangsungnya kinerja H1 (Penjualan), menerima laporan bagian H2 (Pemeliharaan), dan H3 (Suku Cadang).

b. Administrasi

Membuat P.O (*Push Order*) dan D.O (*Delivery Order*).

c. Sales Counter

Melayani customer yang datang langsung untuk membeli sepeda motor ke showroom.

d. Kasir

Menerima pembayaran atas pembelian sepeda motor.

e. Kepala Mekanik

Memberikan laporan tentang pemeliharaan dan laporan tentang suku cadang pada Kepala Cabang.

f. S.A (Service Advisor)

Menganalisa kerusakan sepeda motor sebelum diservice oleh mekanik.

g. Front Desk

Mendaftarkan sepeda motor yang akan diservice.

h. Mekanik

Menservice sepeda motor yang telah didaftarkan di front desk.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Hasil Wawancara dengan bapak Yogi Amrullah selaku *Kepala Cabang PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 15 Mei 2017.

## **B. Layanan Purna Jual Pada Produk Sepeda Motor PT. Tunas Dwipa**

### **Matra Sekampung**

Pemberian pelayanan menjadi hal yang terpenting bagi perusahaan, hal tersebut dikarenakan posisi pelayanan merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran. Pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan dalam sebuah usaha. Sehingga karyawan dituntut mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pelayanan yang diberikan karyawan terhadap pelanggan.<sup>4</sup>

Layanan purna jual menjadi daya tarik dari suatu produk dan mempunyai sumbangan penting terhadap keberhasilan produk dalam bersaing di pasar. Layanan purna jual juga diperlukan oleh perusahaan untuk menjaga citra baik produk, merek dagang, dan citra perusahaan. Pelayanan yang merupakan produk jasa tersebut berupa pelayanan pada masa pra transaksi yaitu pelayanan yang diberikan perusahaan dalam bentuk pemberian informasi-informasi mengenai produk yang di jual, penjelasan mengenai harga, promosi-promosi yang ditawarkan. Selain pelayanan pada masa pra transaksi ada juga pelayanan pasca transaksi berupa pelayanan purna jual yang didalamnya ada pemberian masa service

---

<sup>4</sup> H. Mulyadi Nitisusastro, *Pelaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 157.

gratis, ganti oli gratis. Dimana pelayanan-pelayanan tersebut merupakan bagian dari dimensi kualitas pelayanan.<sup>5</sup>

Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang pada akhirnya akan menuju pada kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.<sup>6</sup>

Kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha bisnis, sehingga dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan menciptakan sebuah hubungan yang baik, karena antara pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah dua hal yang tak dapat dipisahkan yang harus selalu diperhatikan dalam jual beli.<sup>7</sup>

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi.<sup>8</sup> Dengan demikian kelangsungan hidup dari bisnis yang dijalankan ditentukan oleh bagaimana strategi yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam rangka memuaskan kebutuhan para pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan bahkan melampauinya. Begitu juga dengan PT. Tunas Dwipa Matra dapat memberikan pelayanan yang sangat memuaskan bagi pelanggan melalui

---

<sup>5</sup> <http://www.sekedarinfo.com/tahapan-tahapan-transaksi-antara-konsumen-dan-pelaku-usaha/html> di unduh tanggal 22 Januari 2017.

<sup>6</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h. 228.

<sup>7</sup> Ristiyanti Prasetijo dan John Ihalauw, *Prilaku Konsumen*, (Yogyakarta: PT Andi Offset, 2004), h. 21.

<sup>8</sup> <http://triatmojo.wordpress.com,2011> di unduh tanggal 22 Januari 2017.

penerapan layanan purna jual yang terus ditingkatkan kualitas pelayanannya.

Layanan purna jual yang diberikan oleh perusahaan mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a. Menjaga minat konsumen atau calon konsumen dan memperluas sikap positif dari keunggulan produk yang telah dijanjikan.
- b. Menumbuhkan kepuasan, kekaguman, rekomendasi, dan pembelian ulang.
- c. Menciptakan kepercayaan, keyakinan diri, dan reputasi.
- d. Mengungkapkan generasi dengan persyaratan termasuk penjelasan tentang suku cadang (bila ada) secara terbuka.<sup>9</sup>

Dengan adanya tujuan layanan purna jual ini jika dikaitkan dengan kondisi yang ada di lokasi penelitian sudah sesuai karna memang pada dasarnya di Dealer Honda PT Tunas Dwipa Matra Sekampung melakukan pelayanan yang sama dengan yang disebutkan dalam tujuan Layanan purna jual diatas. Sehingga konsumen tidak meragukan lagi akan kualitas dan pelayanan yang membuat para konsumen memberikan kepercayaan.

Dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, sebagai berikut:<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> <http://2015/02/pelayanan-purna-jual-dan-tujuan.html> di unduh tanggal 25 Januari 2017.

<sup>10</sup> <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html> di unduh tanggal 26 Januari 2017.

a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industry jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Dengan demikian, apabila ditinjau dari kualitas jasa pelayanan konsumen maka pencapaian kepuasan konsumen melalui kualitas pelayanan akan lebih lama dan kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut:

- 1) Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan pelanggan.
- 2) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan Miai dalam perbaikan proses pelayanan yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berfikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari semua sumber daya manusia yang ada.
- 3) Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan saran.
- 4) Mengembangkan dan menerapkan *partnership accountable*, proaktif, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran. Perusahaan menghubungi pelanggan setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan pelanggan dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya (proaktif). Sementara itu, *partnership marketing* adalah pendekatan di mana perusahaan membangun kedekatan dengan pelanggan yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan di pasar.<sup>11</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti di Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung melalui wawancara kepada kepala

---

<sup>11</sup> Rambat Lumpiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, h. 228-229.

cabang terkait cara yang dilakukan untuk menarik konsumen agar membeli produk yang ada di dealer Honda, Bapak Yogi Amrullah menjelaskan bahwa cara yang dilakukan adalah dengan untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, kualitas produk yang bermutu dan juga layanan purna jual yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan strategi pemasaran adanya promosi seperti pemberian potongan harga dan memberikan pelayanan yang terbaik.<sup>12</sup>

Strategi pemasaran itu sendiri terdiri dari empat bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi product, price, promotion dan place. Dari keempat bauran pemasaran tersebut yang saat ini akan dibicarakan adalah tentang promosi, harga, kualitas produk dan juga layanan purna jual. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama meningkatkan volume penjualan. Harga yang kompetitif akan mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk yang ada di pasaran lainnya. Sedangkan kualitas produk adalah manfaat yang dirasakan oleh konsumen setelah mengkonsumsi produk tersebut. Kemudian layanan purna adalah pelayanan yang diberikan perusahaan sebagai tanggung jawab atas produk yang telah dijual. Apabila suatu perusahaan akan mengeluarkan produk maka sebaiknya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan

---

<sup>12</sup> Hasil Wawancara dengan bapak Yogi Amrullah selaku *Kepala Cabang PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 22 Mei 2017.

konsumen. Dengan begitu maka produk tersebut dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan di pasaran.

Di dalam memberikan pelayanan setiap karyawan harus memiliki sikap ramah, sopan, dan tegas, yang harus ditunjukkan kepada para konsumen untuk menyampaikan informasi yang jelas dan menjawab pertanyaan dari konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Selain itu, karyawan dapat memperlihatkan apa saja yang menjadi keunggulan dari produk Honda agar konsumen benar-benar yakin dan percaya bahwa produk Honda adalah produk terbaik dari yang paling baik karena semua produk sepeda motor Honda yang dipasarkan telah memenuhi syarat, dan memberikan kualitas terbaik untuk konsumen sehingga nanti pada akhirnya konsumen akan tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.<sup>13</sup>

Menurut Ibu Nindi salah satu karyawan Honda menuturkan bahwa selain pelayanan penjualan yang baik, perusahaan juga akan memberikan layanan purna jual karena layanan purna jual memiliki nilai investasi yang cukup besar bagi perusahaan untuk mengikat kesetiaan konsumen. Ada sejumlah bentuk layanan purna jual yang diberikan oleh Honda berupa service kendaraan berupa pemeriksaan dan perbaikan. Karena kegiatan penjualan tidak berakhir pada saat pembeli membeli dan

---

<sup>13</sup> Hasil Wawancara dengan bapak Yogi Amrullah selaku *Kepala Cabang PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 22 Mei 2017.

membayar barang atau produk yang dibelinya, tetapi perlu memberikan layanan purna jual atau yang dikenal dengan istilah after sales service menjamin kualitas barang atau produk yang telah dijualnya sebagai bentuk perlindungan bagi konsumen apabila ternyata produk yang dibelinya tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan dengan maksud untuk menjaga loyalitas kesetiaan konsumen.<sup>14</sup>

Menurut penuturan Bapak Bimo, beliau menuturkan bahwa loyalitas konsumen mempunyai hubungan terkait dengan kepuasan konsumen. Untuk mengetahui kepuasan konsumen dealer Honda menyediakan kotak saran maupun kritik, dan menyediakan layanan telepon suara konsumen sebagai wadah untuk menyampaikan masukan dan kritikan atas pelayanan yang diberikan dealer Honda. Dengan demikian, pihak dealer Honda dapat mengetahui dan memperbaiki pelayanan yang selama ini diberikan kepada konsumen. Upaya yang dilakukan adalah meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan mengedepankan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen terkait kecepatan, ketepatan, waktu dan sikap simpatik. Selain itu, jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi

---

<sup>14</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Nindi selaku Karyawan PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung, pada tanggal 29 Mei 2017.

yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga menumbuhkan rasa percaya konsumen.<sup>15</sup>

Berdasarkan data yang diperoleh peneliti bahwasannya dengan adanya promosi, pelayanan yang cukup baik, ketanggapan yang dimiliki oleh setiap karyawan, dan pemberian layanan purna jual setelah penjualan dapat memberikan kenyamanan pada konsumen. Untuk mengetahui kepuasan konsumen dealer Honda menyediakan kotak saran dan kritik agar pihak dealer dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dengan melakukan upaya memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya sesuai harapan konsumen serta kemudahan dalam menjalin hubungan dengan para konsumen.

Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra dalam memberikan pelayanan kepada konsumen cukup baik dan efektif dengan memberikan perhatian dan berupaya memahami keinginan konsumen, sehingga konsumen akan merasakan kenyamanan yang pada akhirnya menjaga loyalitas kesetiaan konsumen.

---

<sup>15</sup> Hasil Wawancara dengan bapak Bimo selaku *Karyawan PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 29 Mei 2017.

### C. Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Purna Jual PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung

Kepuasan konsumen merupakan penilaian dari konsumen atas penggunaan barang atau jasa yang dirasakan pada waktu melayani kemudian dibandingkan dengan harapan sebelum menggunakannya. Kepuasan juga bisa menjadi tolak ukur bagi keberhasilan dalam pelayanan dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung.

Di sini peneliti ingin mengetahui bagaimana layanan purna jual pada produk sepeda motor terhadap kepuasan konsumen di dealer Honda. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara kepada konsumen dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung.

Dapat dilihat dari table konsumen berikut ini:

No	Nama	Pekerjaan
1	Bambang	Wiraswasta
2	Suprpto	Wiraswasta
3	Yani Suryani	Pedagang
4	Sunarsih	Guru TK
5	Slamet Riyanto	Petani
6	Sutini	Ibu Rumah Tangga

Hasil wawancara dengan konsumen PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung.

Bapak Bambang mengatakan bahwa produk Honda sangat digemari karena desain setiap produknya yang apik, tingkat konsumsi bahan bakar yang relatif irit bila dibandingkan dengan produk sepeda motor lainnya. Untuk harga sepeda motor Honda juga sangat mudah

dijangkau oleh semua kalangan.<sup>16</sup> Hal yang sama dinyatakan Bapak Suprpto sangat tertarik dengan produk Honda karena desainnya yang bisa diterima semua kalangan, selalu irit bensin, dan harga yang terjangkau sangat membantu dalam pembelian sepeda motor Honda.<sup>17</sup>

Ibu Yani Suryani mengatakan bahwa semua yang dirasakan atas pelayanan yang diberikan dealer Honda dianggap baik, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang ramah serta fasilitas layanan penjualan, purna jual dan fasilitas servise dianggap bagus dan cukup memenuhi harapan.<sup>18</sup> Sama dengan yang dikatakan Ibu Sunarsih, pelayanan yang diberikan cukup memuaskan, kecepatan dalam melayani dianggap sangat cepat, serta memberikan informasi tentang produk sangatlah jelas dan mudah untuk diterima oleh konsumen.<sup>19</sup>

Bapak Slamet Riyanto mengatakan pelayanan yang diberikan bagus. Tetapi masih ada yang kurang dari layanan yang diberikan, karena saat ada keterlambatan surat-surat sepeda motor tidak ada yang menghubungi dari pihak Honda. Ketika dikonfirmasi, Bapak Slamet Riyanto hanya menanyakan kepastian surat-surat bagaimana kelanjutannya, tetapi tidak adanya penjelasan. Saat keluhannya direspon pihak Honda ternyata adanya kesalahpahaman dan kurangnya

---

<sup>16</sup> Hasil Wawancara dengan bapak Bambang *Konsumen PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 5 Juni 2017.

<sup>17</sup> Hasil Wawancara dengan bapak Suprpto *Konsumen PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 5 Juni 2017.

<sup>18</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Yani Suryani *Konsumen PT. Tunas Dwipa Maira Sekampung*, pada tanggal 5 Juni 2017.

<sup>19</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Sunarsih *Konsumen PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 5 Juni 2017.

komunikasi.<sup>20</sup> Hal sama yang dinyatakan Ibu Sutini pelayanan yang diberikan cukup baik. Tetapi masih ada yang kurang dari layanan yang diberikan, karena saat melakukan perbaikan atau service kurang maksimal dan dikenakan biaya tambahan yaitu biaya jasa kendaraan selain biaya tambahan ada juga penggantian oli padahal sebelumnya beliau tidak minta oli diganti.<sup>21</sup>

Pelayanan merupakan perbedaan antara kinerja yang diterima dan harapan. Pelayanan yang baik mempunyai peran yang sangat penting, dan akan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen ditentukan dari kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Konsumen akan merasa puas bila produk yang diterima berkualitas, mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai yang diharapkan, dan harga yang ditetapkan relatif murah atau terjangkau dengan produk yang mempunyai kualitas yang sama.

Berdasarkan hasil data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara kepada para konsumen mengenai layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen yang ada di dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung dapat disimpulkan sudah cukup baik pelayanan yang diberikan. dilihat dari tanggapan para konsumen sebagai berikut:

1. Kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha bisnis, sehingga dengan

---

<sup>20</sup> Hasil Wawancara dengan bapak Slamet Riyanto *Konsumen PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 5 Juni 2017.

<sup>21</sup> Hasil Wawancara dengan Ibu Sutini *Konsumen PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung*, pada tanggal 5 Juni 2017.

memberikan pelayanan yang baik maka akan menciptakan sebuah hubungan yang baik, karena antara pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah dua hal yang tak dapat dipisahkan yang harus selalu diperhatikan dalam jual beli. Dari pelayanan dealer yang sebagian besar menyatakan bahwa pelayanan yang tanggap, ramah, sopan, dan baik oleh para karyawan membuat para konsumen merasa nyaman ketika berada di dealer Honda. Akan tetapi, terdapat konsumen yang memiliki persepsi yang berbeda. Untuk itu pihak dealer perlu lebih meningkatkan pelayanannya agar dapat memenuhi harapan para konsumen.

2. Produk yang ditawarkan Honda sangat digemari karena desain setiap produknya yang apik, tingkat konsumsi bahan bakar yang relatif irit bila dibandingkan dengan produk sepeda motor lainnya. Untuk harga sepeda motor Honda juga sangat mudah dijangkau oleh semua kalangan.
3. Servis pemeriksaan kendaraan yang diberikan ditempat penelitian ini juga menurut konsumen sudah memenuhi pelayanan yang diberikan dealer Honda dianggap baik, kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang ramah serta fasilitas layanan penjualan, purna jual dan fasilitas servise dianggap bagus dan cukup memenuhi harapan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan di Dealer Honda PT Tunas Dwipa Matra Sekampung, peneliti menyimpulkan bahwasannya layanan purna jual yang dilakukan sudah cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkat kepuasan konsumen ketika berkunjung di dealer Honda tersebut. Apabila layanan purna jual yang diberikan perusahaan kepada konsumen berjalan dengan baik dan benar bahkan melebihi harapan mereka, maka akan timbul suatu kepuasan tersendiri yang kemudian mengarah pada kesetiaan atau loyalitas pelanggan.

Faktor kepuasan konsumen, secara teoritis belum sesuai secara praktik, diantaranya terdapat faktor biaya yaitu adanya biaya tambahan yang dikeluarkan oleh konsumen. Kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha bisnis, sehingga dengan memberikan pelayanan yang baik maka akan menciptakan sebuah hubungan yang baik, karena antara pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah dua hal yang tak dapat dipisahkan yang harus selalu diperhatikan dalam jual beli.

## B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, maka peneliti ingin memberikan saran yaitu:

PT Tunas Dwipa Matra Sekampung harus mampu meningkatkan dan menjaga kualitas layanan purna jualnya, apalagi perusahaan ini bergerak dalam otomotif yang memiliki banyak pesaing. Perusahaan harus memperhatikan setiap hal kecil mengenai layanan purna jualnya yang terdiri dari pengiriman produk, garansi produk, dan perbaikan produk demi menjaga kepuasan konsumen. Oleh karena itu, perlu dilakukan standar layanan purna jual agar tercipta kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahmat Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Sekerripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2008.
- Burhan Ashafa, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : PT Remaja Rosdakarya, 2004.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung: PT. Diponegoro, 2006.
- Fandy Tjiptono, *strategi bisnis*, Yogyakarta: ANDI, 2000.
- H.A.S Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- H. Mulyadi Nitisusastro, *Pelaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Madar Maju, 1996.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.
- Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015.
- M. Nazir, *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia ,Cetakan III , 1998.
- M. Nur Riyanto Al-Alif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial Dan Pendidikan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2000.
- Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, STAIN Jurai Siwo Metro, 2013.

Philip Kotler, *Manajemen pemasaran di Indonesia* (Alih Bahasa A.B Susanto), Jakarta : PT. Salemba Empat, 2002.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 1997.

Philip Kotler dan Keller Lane Kevin, *Manajemen Pemasaran, Edisi Tigabelas* (Jilid 1), Jakarta: Erlangga, 2009.

Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

Ristiyanti Prasetijo dan John Ihalauw, *Prilaku Konsumen*, Yogyakarta: PT Andi Offset, 2004.

Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2002.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Yogyakarta: Rineka Cipta, 2010.

Sumadi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian Cet Ke-VI*, Jakarta: Rajawali Press, 1991.

Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 1*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984.

Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ketiga*, Jakarta: Balai Pustaka, 2002.

Wien's Anorga, *Kamus Istilah Ekonomi*, Bandung: M2S Bandung, 1993.

<http://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html> di unduh tanggal 21 Januari 2017.

<http://2015/02/pelayanan-purna-jual-dan-tujuan.html> di unduh tanggal 20 Januari 2017.

## **OUTLINE**

# **LAYANAN PURNA JUAL PADA PRODUK SEPEDA MOTOR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

**(Studi Kasus Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung)**

**HALAMAN SAMPUL DEPAN**  
**HALAMAN JUDUL**  
**HALAMAN ABSTRAK**  
**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**HALAMAN NOTA DINAS**  
**HALAMAN PENGESAHAN**  
**HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN**  
**HALAMAN MOTTO**  
**HALAMAN PERSEMBAHAN**  
**HALAMAN KATA PENGANTAR**  
**DAFTAR ISI**  
**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I      PENDAHULUAN**  
A. Latar Belakang Masalah  
B. Pertanyaan Penelitian  
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian  
D. Penelitian Relevan

**BAB II     LANDASAN TEORI**  
A. Layanan Purna Jual  
1. Pengertian Layanan Purna Jual  
2. Komponen Layanan Purna Jual  
3. Strategi Layanan Purna Jual  
4. Pengertian Layanan  
B. Produk  
1. Pengertian Produk  
2. Klasifikasi Produk  
C. Kepuasan Konsumen  
1. Pengertian Kepuasan  
2. Faktor Utama dalam Menentukan Kepuasan Konsumen  
3. Pengukuran Kepuasan Konsumen

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknis Analisis Data

### **BAB IV HASIL TEMUAN PENELITIAN**

- A. Gambaran Umum Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung
  - 1. Sejarah Berdirinya PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung
  - 2. Struktur Organisasi PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung
- B. Layanan Purna Jual Pada Produk Sepeda Motor di PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung
- C. Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Purna Jual di PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

**Metro, Mei 2017**

**Penulis**



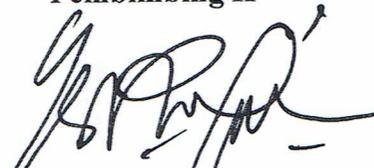
**Wahyu Citra Anggraini**  
**NPM. 1289624**

**Pembimbing I**



**Liberty, SE.,MA**  
**NIP. 19740824 20003 2 002**

**Pembimbing II**



**Elfa Murdiana, M.Hum.**  
**NIP. 19801206 200801 2010**

## ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

### LAYANAN PURNA JUAL PADA PRODUK SEPEDA MOTOR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

(Studi Kasus Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung)

- A. Wawancara dengan kepala cabang dan karyawan PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung
1. Bagaimanakah cara yang anda lakukan untuk menarik konsumen?
  2. Apa saja layanan yang diberikan oleh perusahaan?
  3. Bagaimanakah layanan purna jual yang diberikan kepada konsumen?
  4. Apakah selama ini pernah terjadi komplain dari konsumen mengenai pelayanan yang diberikan?
  5. Apakah yang dilakukan oleh PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung untuk mengetahui kepuasan konsumen atas pelayanan yang diberikan?
  6. Upaya apa yang dilakukan perusahaan untuk memperbaiki dan meningkatkan layanan terhadap kepuasan konsumen?

B. Wawancara dengan konsumen PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung

1. Apakah yang membuat anda membeli produk di PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung?
2. Apakah harga yang ditawarkan oleh perusahaan sesuai kualitas produk?
3. Apakah anda merasa puas dengan layanan purna jual yang diberikan, bila anda merasa tidak puas apa yang anda lakukan?
4. Apakah komplain yang anda berikan direspon oleh PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung?

C. Dokumentasi

1. Data-data yang berkaitan dengan PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung
2. Struktur organisasi pada PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung

Metro, Mei 2017

Penulis



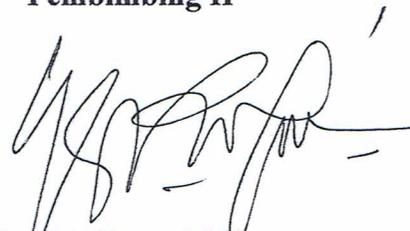
Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624

Pembimbing I



Liberty, SE., MA  
NIP. 19740824 20003 2 002

Pembimbing II



Elfa Murdiana, M.Hum.  
NIP. 19801206 200801 2010



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI**  
**(STAIN) JURAI SIWO METRO**  
**JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Sti.06/J-SY/PP.00.9/1288/2016  
Lampiran : -  
Perihal : Pembimbing Skripsi

Metro, 17 Oktober 2016

Kepada Yth:

1. Liberty, SE.,MA
  2. Elfa Murdiana, M.Hum
- di -  
Metro

*Assalamu 'alaikum wr.wb.*

Untuk membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi. maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II skripsi mahasiswa :

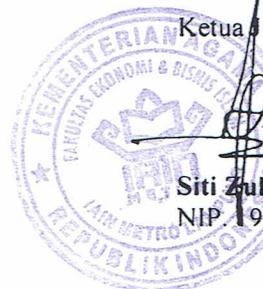
Nama : Wahyu Citra Anggraini  
NPM : 1289624  
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah (ESy)  
Judul : Layanan Purna Jual Pada Produk Sepeda Motor Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Dealer Honda Pt. Tunas Dwipa Matra Sekampung Tahun 2015 )

Dengan ketentuan :

- 1 Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal sampai selesai skripsi:
  - a Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
- 2 Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
- 3 Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
- 4 Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b Isi ± 3/6 bagian.
  - c Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb.*



Ketua Jurusan

*Siti Zulaikha*  
Siti Zulaikha, S.Ag.,MH6  
NIP. 197206111998032001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507. Faksimili (0725) 47296.  
Website: www.metrouniv.ac.id e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

Nomor : B-2759/In.28/R.1/TL.00/06/2017  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
MANAGER DEALER HONDA PT.  
TUNAS DWIPA MATRA  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-2758/In.28/R/TL.01/06/2017,  
tanggal 02 Juni 2017 atas nama saudara:

Nama : **WAHYU CITRA ANGGRAINI**  
NPM : 1289624  
Semester : 10 (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di DEALER HONDA PT. TUNAS DWIPA MATRA, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "LAYANAN PURNA JUAL PADA PRODUK SEPEDA MOTOR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 02 Juni 2017  
Wakil Rektor Bidang Akademik  
dan Kelembagaan,



**Dr. Suhairi, S.Ag, MH**  
NIP. 197210011999031003

## SURAT TUGAS

Nomor: B-2758/In.28/R/TL.01/06/2017

Rektor Institut Agama Islam Negeri Metro, Menugaskan Kepada Saudara:

Nama : **WAHYU CITRA ANGGRAINI**  
NPM : 1289624  
Semester : 10 (Sepuluh)  
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di DEALER HONDA PT. TUNAS DWIPA MATRA, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "LAYANAN PURNA JUAL PADA PRODUK SEPEDA MOTOR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra Sekampung)".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 02 Juni 2017

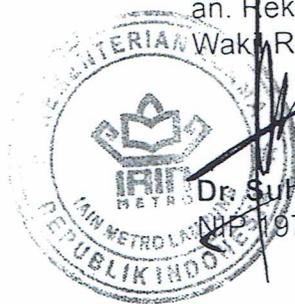
Mengetahui,  
Pejabat Setempat

PT. TUNAS DWIPA MATRA

AZIZAH RAHMA

an. Rektor  
Wakil Rektor Bidang Akademik,

Dr. Suhairi, S.Ag. MH  
NIP. 197210611999031003





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-1061/In.28/S/OT.01/10/2017**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : WAHYU CITRA ANGGRAINI  
NPM : 1289624  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2017 / 2018 dengan nomor anggota 1289624.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 17 Oktober 2017  
Kepala Perpustakaan



*[Signature]*  
Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.  
NIP. 195808311981031001



**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)**  
**JURAI SIWO METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung, 34111  
Telp (0725) 41507, 47297. Fax (0725) 47296. Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, webside, www.stainmetro.ac.id

**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA**  
**STAIN JURAI SIWO METRO**

Nama Mahasiswa : Wahyu Citra Anggraini      Prodi/Jurusan : Syariah dan Ekonomi Syariah  
NPM : 1289624      Semester/TA : IX/2016

No.	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	TTD
	11 Januari 2016	Masalah Anda Bim Muncul - Maksud pada layanan purna jual - Bahasanya - Apa? lalu - Adanya Konsumen yg bingung? - Muncul pd LBN	

**Pembimbing II**  
  
**Elfa Murdiapa, M.Hum.**  
NIP.19801206 200801 2010

**Mahasiswa Ybs,**  
  
**Wahyu Citra Anggraini**  
NPM. 1289624





**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)**  
**JURAI SIWO METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung, 34111  
Telp (0725) 41507, 47297. Fax (0725) 47296. Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, webside, www.stainmetro.ac.id

**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA**  
**STAIN JURAI SIWO METRO**

Nama Mahasiswa : Wahyu Citra Angraini      Prodi/Jurusan : Syariah dan Ekonomi Syariah  
NPM : 1289624      Semester/TA : IX/2016

No.	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	TTD
	Jumat 7 Feb 2017	landasan teori mengenai the Variabel judul Anda Makin Apang Anda Masukkan Hendaknya diuraikan dg judul yg Anda Ambil ① Layanan Purna jual ② layanan sbg salah satu Bentuk Strategi Pemasaran ③ Purna jual (bel 17 % 2017) ④ Produk Sebagai Objek jual Beli ⑤ Kepuasan Konsumen (bel 22 % 2017)	

Pembimbing II

**Elfa Murdiana, M.Hum.**  
NIP.19801206 200801 2010

Mahasiswa Ybs,

**Wahyu Citra Angraini**  
NPM. 1289624





**KEMENTRIAN AGAMA RI**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)**  
**JURAI SIWO METRO**

Jl.Ki. Hajar Dewantara Kampus15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung ,34111  
Telp (0725) 41507, 47297. Fax (0725) 47296. Email.stainjusi@stainmetro.ac.id, webside, www.stainmetro.ac.id

**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA**  
**STAIN JURAI SIWO METRO**

Nama Mahasiswa : Wahyu Citra Anggraini      Prodi/Jurusan : Syariah dan Ekonomi Syariah  
NPM : 1289624      Semester/TA : IX/2016

No.	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	TTD
	9 Juli 2017	Ati BAB II Lanjutan BAB IV	

**Pembimbing II**

**Elfa Murdiana, M.Hum.**  
NIP.19801206 200801 2010

**Mahasiswa Ybs,**

**Wahyu Citra Anggraini**  
NPM. 1289624



**KEMENTRIAN AGAMA RI**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)**  
**JURAI SIWO METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung, 34111  
Telp (0725) 41507, 47297. Fax (0725) 47296. Email. stainjusi@stainmetro.ac.id, webside, www.stainmetro.ac.id

**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA**  
**STAIN JURAI SIWO METRO**

Nama Mahasiswa : Wahyu Citra Anggraini

Prodi/Jurusan : Syariah dan Ekonomi Syariah

NPM : 1289624

Semester/TA : IX/2016

No.	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	TTD
	16 / feb 2017	Ada BAB III lanjutan Bab Pada Pemb i	

**Pembimbing II**

**Mahasiswa Ybs,**

**Elfa Murdiana, M.Hum.**  
NIP.19801206 200801 2010

**Wahyu Citra Anggraini**  
NPM. 1289624

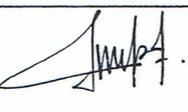
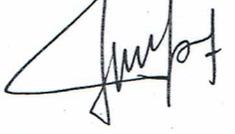


**KEMENTERIAN AGAMA RI**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)**  
**JURAI SIWO METRO**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung, 34111  
Telp (0725) 41507, 47297. Fax (0725) 47296. Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, webside, www.stainmetro.ac.id

**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA**  
**STAIN JURAI SIWO METRO**

Nama Mahasiswa : Wahyu Citra Anggraini - Prodi/Jurusan : Syariah dan Ekonomi Syariah  
NPM : 1289624 Semester/TA : IX/2016

No.	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	TTD
1	Kamis 2/3-17	Bimbingan Proposal Arti Setiap ayat di cetak Miring. Pertanyaan Penelitian : - Beri tanda kutip. - Di Bold. Latar belakang Masalah di paragraf masalah nya.  perbaiki!  	   

**Pembimbing I**



**Liberty, SE., MA**

**NIP. 19740824 20003 2 002**

**Mahasiswa Ybs,**



**Wahyu Citra Anggraini**

**NPM. 1289624**







**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Angraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                      Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	22/ Mei 2017	Atc BAB 1 / sel lanjutan pa penul J	

Dosen Pembimbing II

Elfa Murdiana, M.Hum.  
NIP. 19801206 200801 2010

Mahasiswa Ybs.

Wahyu Citra Angraini  
NPM. 1289624



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Angraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                      Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	3 Januari 17	<p>APP yg menggambarkan tingkat Kepuasan Konsumen Btm ada</p> <p>- APP antara pihak PT-tunas dgn konsumen tumpang tdk. Seimbang → karena Alasan. Memberikan APP pd 2 pihak Agar atas Cek dan Riset antara pelayanan perusahaan dgn kepuasannya</p> <p>↓ Perbaiki lagi</p>	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Elfa Murdiana, M.Hum.  
NIP. 19801206 200801 2010

Wahyu Citra Angraini  
NPM. 1289624



**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	7 Mei 2017	Acc Outline & APP. lanjutan pada Peme I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Elfa Murdiana, M.Hum.  
NIP. 19801206 200801 2010

Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jum'at 12 - 5 - 17.	Bimbingan outline. Teknis pengitikan perbaikan sesuai arahan saat bimbingan  Tempat / lembar Hd tidak terpisah dengan lembar pengijlasan  perbaiki !  	  

Dosen Pembimbing I

**Liberty, SE., MA**  
NIP. 19740824 20003 2-002

Mahasiswa Ybs.

**Wahyu Citra Anggraini**  
NPM. 1289624



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

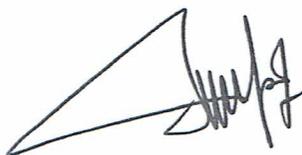
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin 15-5-17	Outline telah di perbaiki Outline Acc  u	 

Dosen Pembimbing I



Liberty, SE.,MA  
NIP. 19740824 20003 2.002

Mahasiswa Ybs.



Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624



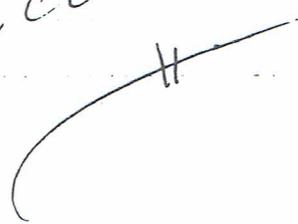
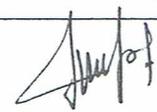
**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 7/6/17	Bimbingan APD & Outline. APD & Outline. Telah memenuhi standar.  Acc. 	  

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Liberty, SE.,MA  
NIP. 19740824 20003 2-002

  
Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	21 / 2017 Juli	Analisis Anda kerung Temi Masukam Teori Kepuasan Konsumen pd pembahasannya C. -> Indikator Konsumen Puan 9 0	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Elfa Murdiana, M.Hum.  
NIP. 19801206 200801 2010

Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [jainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:jainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	7 April 2017	Mana Teori Anda ? Olim pembahasan anda harus Kombinasikan data primer dan hasil wawancara cara mg. dan Sekunder. ↓ Perbaiki Argumen Anda !	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Elfa Murdiana, M.Hum.  
NIP. 19801206 200801 2010

Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	13 Sept 2017	<p>Pembahasan Anda ttg. layman Purno soal skripsi peneliti Justru melubar pd soal yg yg blx menari fokus pembalun.</p> <p>- Banyak kerja Muncak &amp; Pembahasan tapi blx dikaitkan dng kondisi di Lokasi penelitian.</p>	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Elfa Murdiana, M.Hum.  
NIP. 19801206 200801 2010

Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	24 / Sept 2017	Ada BAB IV Lanjutan BAB V	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Elfa Murdiana, M.Hum.  
NIP. 19801206 200801 2010

Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624



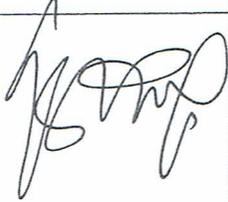
**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	3 Feb 2017	ACE BAKU	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Elfa Murdiana, M.Hum.  
NIP. 19801206 200801 2010

  
Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Citra Angraini Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624 Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	7 Feb 2017	hoc Abskras Cangruth pd pemb I	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Elfa Murdiana, M.Hum.  
NIP. 19801206 200801 2010

Wahyu Citra Angraini  
NPM. 1289624



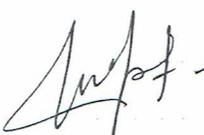
**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iainmetro@metrouniv.ac.id](mailto:iainmetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 9-10-2017	Bimbingan bab 4-5. Pada bab 4 yg harus di munculkan adalah data & latar belakang konsumen bukan data tentang karyawan.  * buatlah tabel acara singkat ttg konsumennya	 

Dosen Pembimbing I



Liberty, SE., MA  
NIP. 19740824 20003 2-002

Mahasiswa Ybs.



Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Anggraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                              Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 9-10-2017	Hasil wawancara yang mengacu pada APD di buatkan narasi alur wawancara pada masing masing Aiksan * Pimpinan / karyawan * konsumen * yg terkait	  

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

**Liberty, SE., MA**  
NIP. 19740824 20003 2-002

**Wahyu Citra Anggraini**  
NPM. 1289624



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Metro Timur Lampung 34111

Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id) Email : [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Wahyu Citra Angraini      Jurusan/Fakultas : ESy/ Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624                      Semester/TA : IX/ 2017

No	Hari/Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 10-10-2017	Bab 4 telah menjawab Pertanyaan pada bab sebelumnya  Perbaiki	  

Dosen Pembimbing I



Liberty, SE., MA  
NIP. 19740824 20003 2-002

Mahasiswa Ybs.



Wahyu Citra Angraini  
NPM. 1289624

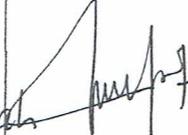


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telephone (0725) 41507 Faksimili (0725) 47296 ; website: [www.tarbiyah.metrouniv.ac.id](http://www.tarbiyah.metrouniv.ac.id) ; e-mail : [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Wahyu Citra Anggraini Jurusan/Fakultas : Esy/Ekonomi dan Bisnis Islam  
NPM : 1289624 Semester : X

No	Hari /Tanggal	Pembimbing		Materi yang dikonsultasikan	Tanda Tangan
		I	II		
	Senin 16 / 10 - 17	✓		Secara keseluruhan telah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan  Skripsi Acc. lanjutan v / Munagosa  H.	 

Dosen Pembimbing I,

Liberty, SE., MA  
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Wahyu Citra Anggraini  
NPM. 1289624

## \* UJIAN MUNAQOSAH \*

Nama : Wahyu Citra Angraeni  
 NPM : 1289624  
 Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
 Judul : Layanan Purna jual ~~dan~~ pada Produk  
 Sepeda motor Terhadap Kepuasan Konsumen  
 (Studi Kasus Dealer Honda PT. Tunas Dwipa Matra  
 Sekampung)

Hari/tanggal : Senin 27/Nov 2017  
 Waktu : 10.00 - 12.00 WIB  
 Tempat : Kampus II (Gedung E7.1.1)

Tim Penguji :

Ketua/Moderator : Libenfy, SE., MA.  
 Penguji I : Drs. Dri Santoso, M.H.  
 Penguji II : Elfa Murdiana, M. Hum.  
 Sekertaris : Ani Nurul Intiharah M.S.I

Pengujian Ketua.

1. Apa itu layanan purna jual.
2. Masalahnya apa
3. Bagaimana mengukur kepuasan dengan konsumen.

Penguji I

1. Apa korelasi antara motto dengan judul.
2. Perbaiki tulisan pada kata pengantar
3. Apa alasan peneliti dlm penelitian ini?
4. Apa hubungan ayat surat Al-baqarah 267 (tentang nafagah) dengan judul?
5. Rincian yg terdapat pada pelayanan purna jual? Bagaimana pelayanan dari dealer → Konfirmasi konsumen.  
- Rincian pemeriksaan & servis
- 6.

## RIWAYAT HIDUP



Wahyu Citra Anggraini dilahirkan di Desa Wonokarto, Kecamatan Sekampung Lampung Timur pada tanggal 03 Juli 1994, anak pertama dari pasangan bapak Lamiyono dan Ibu Dewi Retnowati.

Pendidikan dasar peneliti ditempuh di SD Negeri 01 Wonokarto dan selesai pada Tahun 2006, kemudian melanjutkan di SMP Negeri 01 Sekampung dan selesai pada Tahun 2009. Sedangkan pendidikan menengah atas di SMA Negeri 02 Sekampung dan selesai pada Tahun 2012, kemudian melanjutkan pendidikan Perguruan Tinggi di IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Jurusan Ekonomi Syari'ah (Esy), dimulai pada semester 1 (satu) TA 2012/2013.