

ABSTRAK

Faizal Nugroho (1100749) “Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Bebek Suzuki” (Survey pada pelanggan sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung). dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak.MBA.

Suzuki merupakan salah satu produsen sepeda motor yang termasuk dalam lima besar pemegang *market share* di Indonesia. Namun pada jenjang tahun 2013 - 2014 terjadi penurunan penjualan dan penurunan *market share* yang sangat besar. Dari turunnya penjualan Suzuki diikuti kenaikan yang signifikan pada produsen sepeda motor lainnya, hal tersebut menunjukkan bahwa banyak pelanggan sepeda motor Suzuki yang beralih ke merek lain.

Pindahnya pelanggan sepeda motor Suzuki kepada produk sepeda motor merek lain disebabkan karena mereka merasa tidak puas dengan produk sepeda motor dari Suzuki sehingga beralih ke produk lain.

Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah pelanggan sepeda motor bebek Suzuki karena dalam hal ini selain untuk mempersempit lingkup penelitian, penjualan sepeda motor jenis bebek secara keseluruhan sedang dalam trend yang negatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Sampel pada penelitian ini berjumlah 90 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah koefisien korelasi *pearson product moment* dan analisis regresi linier sederhana. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t untuk melihat pengaruh parsial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan purna jual berada dalam kategori sedang dengan jumlah 3866 pada garis kontinum serta kepuasan pelanggan yang juga berada pada kategori tidak puas dengan hasil perbandingan kinerja dengan harapan sebesar 0,615 atau sekitar 62%. Hasil perhitungan korelasi, variabel layanan purna jual memiliki hubungan yang positif dengan klasifikasi sangat kuat terhadap kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana diketahui bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh layanan purna jual sebesar 77,2%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 22,8% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata Kunci: Layanan Purna Jual, Kepuasan Pelanggan, *Delivery, Service Quality, Warranty, Feedback.*

ABSTRACT

Faizal Nugroho (1100749) “Impact of After Sale Service to Satisfaction of Suzuki Motorcycle Costumer” (Survey on Costumer of Suzuki Motorcycle at Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung). Guided by Dr. Vanessa Gaffar, SE., Ak., MBA.

Suzuki is one of the motorcycle manufacturers that are included in the top five market share holder in Indonesia. But at the periode of 2013 – 2014 Suzuki has been decrease in market share and sales of motorcycle. The decrease followed by a significant increase in sales of the other motorcycle manufactures, it show that many Suzuki motorcycle costumers are turning to the other brands because they unsatisfied of Suzuki motorcycle that their used.

Researcher uses the costumers of Suzuki motorcycle as an object to limit the research. That used because of market share and sales of Suzuki motorcycle has been decrease, moreover the type of the motorcycle was in a negative trend on sales between sport and matic type.

The aim of this research is to describe about the impact of after sale service to costumer of Suzuki motorcycle at Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung). This research uses descriptive and verification methods. Sample of the research is 90 respondents. The analysis technique is using the pearson product moment correlation coefficient and simple regression analysis. T-test is used for hypothesis testing to see the partially impact.

The results showed that after sale service of Suzuki is located in the medium category at the continuum line with score 3866. Satisfaction of Suzuki motorcycle costumer is on unsatisfied category, because comparison between performance and expectation generate score 0,612 or about 62%. Result of correlation shows that after sale service variable has positive relation in a very high classification toward costumer satisfaction. Calculation results obtained simple regression analysis, after sale service variable impacts to costumer satisfaction variable about 77,2% while the remaining 22,8% of the costumer satisfaction variable is impacted by other factors out of the research.

Keyword : After Sale Service, Costumer Satisfaction, Delivery, Service Quality, Warranty, Feedback