

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Seiring terus berkembangnya zaman diikuti dengan kebutuhan manusia yang semakin meningkat, salah satunya yakni mengenai sarana transportasi yakni fasilitas yang selalu dibutuhkan oleh semua orang untuk memenuhi segala aktivitasnya. Untuk sarana transportasi sendiri ada tiga jenis berdasarkan tempat dimana sarana tersebut berada, udara, air, dan darat. Untuk jalur udara ada transportasi massal yang sering digunakan yakni pesawat sedangkan angkutan yang hanya digunakan sebagian golongan untuk kepentingannya ada helikopter ataupun jet pribadi. Untuk jalur air ada transportasi yang sering digunakan seperti kapal feri, kapal pesiar, sampan, dan kapal-kapal lainnya sesuai peruntukannya. Untuk jalur darat ada bus, mobil, motor, kereta, sepeda, becak, delman, dan lainnya sesuai kebutuhannya.

Di Indonesia sendiri ada beberapa jenis transportasi yang paling sering digunakan orang pada umumnya yakni pesawat untuk jalur udara, kapal feri untuk menyebrang pulau, bus, mobil, dan motor yang sering digunakan sehari-hari di jalanan kota. Dari sekian banyaknya jenis transportasi yang ada di Indonesia, jalur darat adalah jalur transportasi yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, karena keseharian masyarakat Indonesia yang berada di pedesaan ataupun perkotaan kebanyakan aktivitasnya di darat.

Untuk jenis transportasi jalur darat di Indonesia, khususnya transportasi berjenis kendaraan bermotor seperti bis, mobil, dan motor selalu mengalami kenaikan jumlah populasinya dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat disebabkan bertambahnya kebutuhan manusia saat melakukan aktivitas-aktivitas kesehariannya. Dari data yang diperoleh dapat ditampilkan data mengenai populasi pengguna jenis kendaraan bermotor yang ada di Indonesia sejak tahun 1987 hingga 2013 seperti pada Tabel 1.1 berikut ini.

**Tabel 1.1**  
**Data Statistik Pengguna Kendaraan Jalur Darat**

<b>Tahun</b>	<b>Mobil Penumpang</b>	<b>Bis</b>	<b>Truk</b>	<b>Sepeda Motor</b>	<b>Jumlah</b>
1987	1 170 103	303 378	953 694	5 554 305	7 981 480
1988	1 073 106	385 731	892 651	5 419 531	7 771 019
1989	1 182 253	434 903	952 391	5 722 291	8 291 838
1990	1 313 210	468 550	1 024 296	6 082 966	8 889 022
1991	1 494 607	504 720	1 087 940	6 494 871	9 582 138
1992	1 590 750	539 943	1 126 262	6 941 000	10 197 955
1993	1 700 454	568 490	1 160 539	7 355 114	10 784 597
1994	1 890 340	651 608	1 251 986	8 134 903	11 928 837
1995	2 107 299	688 525	1 336 177	9 076 831	13 208 832
1996	2 409 088	595 419	1 434 783	10 090 805	14 530 095
1997	2 639 523	611 402	1 548 397	11 735 797	16 535 119
1998	2 769 375	626 680	1 586 721	12 628 991	17 611 767
1999*)	2 897 803	644 667	1 628 531	13 053 148	18 224 149
2000	3 038 913	666 280	1 707 134	13 563 017	18 975 344
2001	3 189 319	680 550	1 777 293	15 275 073	20 922 235
2002	3 403 433	714 222	1 865 398	17 002 130	22 985 183
2003	3 792 510	798 079	2 047 022	19 976 376	26 613 987
2004	4 231 901	933 251	2 315 781	23 061 021	30 541 954
2005	5 076 230	1 110 255	2 875 116	28 531 831	37 623 432
2006	6 035 291	1 350 047	3 398 956	32 528 758	43 313 052
2007	6 877 229	1 736 087	4 234 236	41 955 128	54 802 680
2008	7 489 852	2 059 187	4 452 343	47 683 681	61 685 063
2009	7 910 407	2 160 973	4 498 171	52 767 093	67 336 644
2010	8 891 041	2 250 109	4 687 789	61 078 188	76 907 127
2011	9 548 866	2 254 406	4 958 738	68 839 341	85 601 351
2012	10 432 259	2 273 821	5 286 061	76 381 183	94 373 324
2013	11 484 514	2 286 309	5 615 494	84 732 652	104 118 969

*Sumber : www.bps.go.id tahun 2015*

Berdasarkan data yang tersaji di Tabel 1.1 diatas, sangat terlihat dimana kenaikan yang sangat signifikan terjadi pada kendaraan bermotor jenis sepeda motor. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia adalah masyarakat yang konsumtif, dimana mereka lebih memilih untuk memiliki dan menggunakan kendaraan pribadi ketimbang menggunakan kendaraan umum.

Sikap konsumtif masyarakat Indonesia sendiri menjadi peluang yang sangat bagus untuk para pelaku bisnis terutama para produsen sepeda motor. Seperti yang dilansir oleh Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) produksi sepeda motor di Indonesia dari tahun ke tahun pun hampir seluruhnya mengalami peningkatan.

**Tabel 1.2**  
**Produksi Sepeda Motor Pasar Domestik dan Ekspor**

<i>Year</i>	<i>Production</i>	<i>Wholesales</i>	<i>Exports</i>
1996	1,425,373	1,376,647	50,255
1997	1,861,111	1,801,090	51,816
1998	519,404	433,549	84,363
1999	571,953	487,751	99,651
2000	982,380	864,144	115,278
2001	1,644,133	1,575,822	74,948
2002	2,318,241	2,287,706	30,285
2003	2,814,054	2,809,896	13,806
2004	3,897,250	3,887,678	12,840
2005	5,113,487	5,074,186	15,239
2006	4,458,886	4,428,274	42,448
2007	4,722,521	4,688,263	25,632
2008	6,264,265	6,215,830	64,971
2009	5,884,021	5,851,962	29,815
2010	7,395,390	7,369,249	29,395
2011	8,006,293	8,012,540	30,995
2012	7,079,721	7,064,457	77,129

2013	7,736,295	7,743,879	27,135
2014	7,926,104	7,867,195	41,746

Sumber : [www.aisi.or.id](http://www.aisi.or.id) tahun 2015

Kemudahan dalam menggunakan sepeda motor menjadi salah satu alasan mengapa kendaraan jenis ini sangat diminati. Belum lagi harganya yang cukup terjangkau untuk kalangan menengah ke atas ditambah fasilitas untuk memiliki kendaraan sepeda motor seperti melakukan kredit pun semakin mudah, sehingga membuat penjualan dari kendaraan jenis ini terus meningkat dari tahun ke tahun.

Untuk jenis sepeda motor sendiri ada beberapa klasifikasi berdasarkan merek dan jenisnya untuk terus menarik konsumen agar menggunakan produk yang mereka ciptakan. Untuk jenis sendiri ada jenis sepeda motor *matic*, *sports*, dan jenis bebek dimana masing-masing jenis tersebut memiliki keunggulannya sendiri. Saat ini sepeda motor jenis *matic* sedang digemari oleh pasar di Indonesia yang imbasnya menjadi turunnya penjualan sepeda motor jenis bebek di Indonesia. Seperti yang ditampilkan dalam Tabel 1.3 mengenai penjualan sepeda motor di Indonesia berdasarkan jenis selama dua tahun terakhir.

**Tabel 1.3**  
**Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Berdasarkan Jenis**

Jenis	Tahun	Penjualan (dalam juta)	Penjualan (dalam juta)
		2013	2014
<i>Matic</i>		4,89	5,32
<i>Sports</i>		1,1	1,1
Bebek		1,77	1,48
<b>TOTAL</b>		<b>7,7</b>	<b>7,9</b>

Sumber : Diolah dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia tahun 2015

Berdasarkan Tabel 1.3 diatas dapat dilihat bahwa penjualan sepeda motor jenis *matic* mengalami kenaikan, sementara sepeda motor jenis bebek mengalami penurunan. Dalam hal penjualan, sepeda motor jenis *matic* masih lebih unggul ketimbang jenis sepeda motor *sports* ataupun bebek. Bahkan angka penjualannya pun sangat berbeda jauh hingga terpaut lebih dari tiga juta unit. Selain data angka penjualan sepeda motor berdasarkan jenisnya, adapun data mengenai *market*

Faizal Nugroho, 2015

**PENGARUH LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR BEBEK SUZUKI**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*share* dari ketiga jenis sepeda motor tersebut seperti yang ditampilkan pada Tabel 1.4 di halaman berikutnya.

**Tabel 1.4**  
**Market Share Lima Produsen Sepeda motor di Indonesia 2013 – 2014**

<b>Tipe</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>Pertumbuhan</b>
<b>Bebek</b>	22,80 %	18,68 %	-4,12%
<b>Sport</b>	14,18 %	13,99 %	-0,19%
<b>Skutik</b>	63,02 %	67,33 %	4,31%

*Sumber : Diolah dari www.motorotomotifnet.com tahun 2015*

Berdasarkan Tabel 1.4 diatas sangat terlihat bahwa ada dua jenis sepeda motor yang mengalami penurunan *market share* yakni jenis sepeda motor bebek dan jenis sport. Dari kedua jenis sepeda motor tersebut, sepeda motor jenis bebek telah benar-benar mengalami trend negatif, dimana prosentase penurunan *market share* hingga mencapai - 4,12 %, sedangkan sepeda motor jenis sport hanya mengalami penurunan yang kecil yakni sebesar - 0,19 %.

Dari Tabel 1.3 dan Tabel 1.4 dapat dilihat bahwa kendaraan jenis sepeda motor bebek di Indonesia sedang mengalami masalah yang dibuktikan dengan penurunan penjualan dan penurunan *market share* dari tahun 2013 hingga 2014.

Di Indonesia sendiri ada beberapa produsen merek sepeda motor yang memproduksi kendaraan sepeda motor jenis bebek ini. Produsen sepeda motor tersebut antara lain Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, dan TVS. Dari kelima produsen tersebut, semuanya saling bersaing menciptakan produk-produk unggulan agar dapat diterima oleh pasar. Adapun data yang diperoleh mengenai penjualan kelima produsen sepeda motor tersebut seperti pada Tabel 1.5 berikut.

**Tabel 1.5**  
**Penjualan Sepeda Motor 2013 – 2014**

<b>Tahun</b> <b>Merek</b>	<b>Penjualan</b> <b>2013</b>	<b>Penjualan</b> <b>2014</b>	<b>Pertumbuhan</b>
Honda	4.700.871	5.055.510	7,4 %

Faizal Nugroho, 2015

**PENGARUH LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR BEBEK SUZUKI**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

TVS	19.865	22.114	11,32 %
Kawasaki	153.807	165.231	7,42 %
Yamaha	2.495.796	2.390.902	- 4 %
Suzuki	400.675	275.184	- 31,32 %

*Sumber : Diolah dari www.motorotomotifnet.com tahun 2015*

Berdasarkan Tabel 1.5 dapat dilihat bahwa produsen sepeda motor Honda, TVS, dan Kawasaki, mengalami kenaikan dalam hal penjualan, sedangkan Yamaha dan Suzuki mengalami penurunan penjualan. Bahkan untuk produsen Suzuki sendiri mengalami penurunan yang sangat besar yakni mencapai angka - 31,32%, dimana angka tersebut hampir satu pertiga dari penjualan di tahun sebelumnya.

Merujuk dari beberapa data yang telah tersaji diatas, menunjukkan adanya permasalahan mengenai penjualan dan market share dari kendaraan sepeda motor jenis bebek pada tahun 2013 - 2014, dan juga penurunan penjualan yang sangat besar pada produsen sepeda motor Suzuki pada tahun 2014 – 2015.

Penurunan penjualan yang sangat besar pada produsen sepeda motor Suzuki menunjukkan bahwa perusahaan ini benar-benar sedang mengalami masalah. Hal tersebut dapat disebabkan berbagai faktor yang salah satunya bisa jadi karena konsumen sepeda motor Suzuki merasa tidak puas akan produk yang mereka gunakan sehingga mereka memilih produk lain saat pembelian selanjutnya ataupun memberikan kesan yang buruk terhadap produk yang digunakan saat bercerita kepada orang lain.

Jika dikaitkan pada suatu teori, maka menurut Kotler dan Keller (2012:177), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. Dan ketidakpuasan konsumen pada pasca pembelian atau pasca konsumsi menyebabkan konsumen mencari alternative merk lain untuk mencapai kepuasannya. Menurut (Tjiptono, 2008 : 22) ada tiga kategori bentuk komplain ketidakpuasan, dan salah satunya

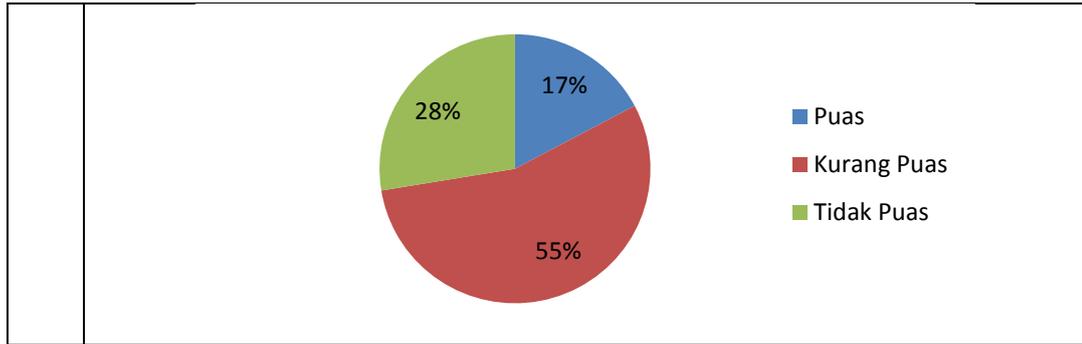
adalah *private response* yakni tindakan yang dilakukan antara lain memperingati atau memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan. Bisa jadi penurunan penjualan sepeda motor pada Suzuki tersebut karena ketidakpuasan para konsumennya terhadap sepeda motor yang mereka gunakan sehingga beralih kepada sepeda motor merek lain.

Maka dari itu terdapat kemungkinan penurunan penjualan pada sepeda motor produsen sepeda motor Suzuki disebabkan oleh para konsumennya yang merasa tidak puas atas sepeda motor yang mereka gunakan sehingga mereka.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pada konsumen sepeda motor Suzuki akan dilakukan survey pra penelitian untuk 30 orang responden dimana objeknya adalah para pengguna sepeda motor jenis bebek merk Suzuki, karena dalam hal ini jenis sepeda motor bebek adalah jenis yang juga mengalami penurunan penjualan.

**Tabel 1.6**  
**Tingkat Kepuasan Pengguna Sepeda Motor Bebek Merek Suzuki**

1	Pengalaman selama menggunakan sepeda motor bebek merek Suzuki dari performa motornya sendiri		
	Puas 10	Kurang Puas 9	Tidak Puas 11
	<p>A pie chart illustrating the distribution of satisfaction levels among 30 respondents regarding the performance of their Suzuki motor. The chart is divided into three segments: 'Puas' (blue) at 33%, 'Kurang Puas' (red) at 30%, and 'Tidak Puas' (green) at 37%. A legend to the right of the chart identifies the colors: blue for Puas, red for Kurang Puas, and green for Tidak Puas.</p>		
2	Garansi yang diberikan oleh pihak produsen Suzuki setelah membeli sepeda motor bebek dari Suzuki		
	Puas 5	Kurang Puas 16	Tidak Puas 8



*Dilanjutkan pada halaman berikutnya*

**Tabel 1.6**  
**Tingkat Kepuasan Pengguna Sepeda Motor Bebek Merek Suzuki**

3	Jasa reparasi dan suku cadang yang disediakan oleh produsen Suzuki terhadap produk sepeda motor bebek yang digunakan		
	Puas 8	Kurang Puas 13	Tidak Puas 9
	<p>A pie chart illustrating the distribution of satisfaction levels among 30 respondents. The chart is divided into three segments: a blue segment representing 'Puas' (27%), a red segment representing 'Kurang Puas' (43%), and a green segment representing 'Tidak Puas' (30%). A legend to the right of the chart identifies the colors: blue for Puas, red for Kurang Puas, and green for Tidak Puas.</p>		

*Sumber : Hasil Observasi Responden Pengguna Motor Suzuki Kota Bandung di Deler & Bengkel Resmi Suzuki Sanggarmas Sukarno Hatta dan Suzuki Cipadung tahun 2015*

Menurut tiga puluh orang responden yang memberikan jawaban dimana ada tiga item yang ditanyakan, dapat terlihat bahwa perbandingan responden yang merasa tidak puas lebih besar ketimbang yang merasa puas, bahkan kebanyakan menyatakan bahwa mereka kurang puas. Ketidakpuasan para responden atas ketiga indikator yang ditanyakan perlu untuk diketahui lebih jauh lagi, karena akan ada banyak faktor yang mempengaruhinya. Dari data tersebut maka akan kembali dilakukan survey pra penelitian untuk mengetahui apa yang membuat para pengguna sepeda motor bebek Suzuki merasa tidak puas.

Hasil dari pra penelitian yang dilakukan kali ini, metode survey yang digunakan adalah dengan metode wawancara langsung terhadap pengguna sepeda motor bebek Suzuki yang sedang berada di dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Jl. Soekarno Hatta no. 355 Bandung, dengan poin-poin yang akan ditanyakan yakni mengenai garansi, penyediaan jasa reparasi beserta suku cadang. Adapun hasil dari wawancara yang telah dilakukan tersebut sebagaimana yang ditampilkan pada tabel 1.7 berikut.

**Tabel 1.7**  
**Hasil Wawancara Pengguna Sepeda Motor Bebek Suzuki di Bengkel & Dealer Suzuki Sanggarmas Jaya Soekarno Hatta**

<b>Responden</b>	<b>Lama Penggunaan</b>	<b>Hasil Wawancara</b>
1	>1 tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Performa motor baik</li> <li>- Harga suku cadang asli tidak terjangkau</li> <li>- Suku cadang asli sulit ditemukan di bengkel umum</li> </ul>
2	<1 tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servis di bengkel resmi karena masih garansi saja</li> <li>- Suku cadang ringan menggunakan biasa saja karena sama saja dengan yang orsinil</li> </ul>
3	>1 tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jumlah bengkel resmi sangat terbatas sehingga terkadang malas untuk pergi ke bengkel resmi</li> </ul>
4	>1 tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suku cadang asli harganya mahal dan sulit didapatkan baik di bengkel umum</li> </ul>
5	>1 tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bengkel resminya jarang dan jika pun ada selalu antri</li> <li>- Pelayanan saat garansi kurang baik karena, saat ganti oli gratis harus menunggu lama</li> </ul>
6	>1 tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baru kali ini servis di bengkel resmi karena terpaksa harus servis besar dan pesan suku cadang</li> </ul>
7	<1 tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saat pemesanan sangat lama dan tidak sesuai pada kwitansi, pengantaran telat 3 hari</li> <li>- Saat melakukan <i>check up</i> garansi pelayanan buruk</li> </ul>
8	<1 tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Selama pemakaian tidak ada kendala dalam hal performa</li> <li>- Tidak adanya layanan servis panggilan untuk saya sebagai orang yang jarang ada waktu luang</li> </ul>
9	>1 tahun	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suku cadang sulit didapat dan kebanyakan harus dipesan dahulu tidak seperti dari merek lain.</li> </ul>

*Sumber : Hasil wawancara pengunjung Dealer sekaligus pengguna sepeda motor bebek Suzuki tahun 2015*

Berdasarkan semua fenomena yang disajikan diatas beserta data-data pendukung dapat dilihat bahwa kebanyakan pengguna sepeda motor bebek Suzuki mengeluhkan dari fasilitas penunjang atas sepeda motor yang mereka gunakan ketimbang performa dari produk yang bersangkutan.

Jika melihat dari Tabel 1.7 maka dapat dilihat bahwa kebanyakan keluhan yang disampaikan oleh para pengguna sepeda motor bebek merek Suzuki adalah mengenai suku cadang, kualitas pelayanan bengkel yang tersedia dan fasilitas bengkel dimana jika dikaitkan dengan sebuah teori maka hal-hal yang dikeluhkan tersebut masuk kedalam unsur-unsur layanan purna jual.

Seperti menurut Hollensen (2010:397) yang menjelaskan bahwa layanan purna jual didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan dimana perusahaan bergerak setelah pembelian produk yang meminimalkan potensi masalah yang terkait dengan penggunaan produk dan memaksimalkan nilai dari pengalaman konsumsi. Para peneliti telah menyarankan bahwa layanan purna jual yang terdiri dari sejumlah elemen. Di sini, layanan purna jual dikonsep terdiri dari : instalasi dan *start-up* dari produk yang dibeli, penyediaan suku cadang untuk produk, penyediaan layanan perbaikan, saran teknis mengenai produk, dan ketentuan dan dukungan garansi.

Menurut hasil wawancara dengan pegawai dealer resmi di Suzuki Sanggarmas Jaya Soekarno Hatta, pihak Suzuki sendiri telah memberikan layanan purna jual seperti pengantaran sepeda motor setelah konsumen membelinya, lalu petunjuk manual dalam mengoperasikan sepeda motor, penyediaan suku cadang orsinil, penyediaan bengkel resmi, dan layanan konsultasi atas produk yang dibeli. Pada hasil wawancara tersebut juga membuktikan bahwa pihak Suzuki sendiri telah melakukan layanan purna jual atas produk sepeda motor bebek yang mereka jual, namun jika menilik dari data tingkat kepuasan dan hasil wawancara pada Tabel 1.7 para pengguna sepeda motor bebek merk Suzuki menunjukkan bahwa layanan purna jual yang dilaksanakan pihak Suzuki masih belum sesuai dengan yang diharapkan para konsumennya.

Layanan purna jual yang baik akan memberikan kontribusi yang baik terhadap para konsumen. Hal ini dapat dimanfaatkan Suzuki untuk menangani masalah kepuasan para konsumen sepeda motor bebek yang cenderung rendah. Peneliti tertarik untuk untuk meneliti pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung, karena Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung adalah salah satu main dealer untuk sepeda motor Suzuki di Bandung. Selain itu tingkat konsumen kendaraan sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung cukup tinggi sehingga dapat memudahkan peneliti untuk mencari responden yang masuk kedalam kriteria yang sesuai untuk penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR BEBEK SUZUKI** (Survey akan dilakukan pada konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung).”

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Suzuki yang merupakan salah satu dari lima besar produsen sepeda motor di Indonesia mengalami masalah dengan rendahnya tingkat kepuasan para konsumen pengguna produk sepeda motor bebek, yang disebabkan oleh kurangnya layanan purna jual yang dilakukan Suzuki seperti sulitnya mendapatkan suku cadang ataupun sedikitnya jumlah bengkel resmi yang tersebar. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang salah satunya melalui peningkatan layanan purna jual. Diduga layanan purna jual dapat meningkatkan kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki.

## **1.3. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran layanan purna jual menurut konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung ?
2. Bagaimana gambaran kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung ?

3. Seberapa besar pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung ?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui gambaran layanan purna jual menurut konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.
2. Untuk mengetahui gambaran kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh layanan purna jual terhadap kepuasan konsumen sepeda motor bebek Suzuki di Dealer Sanggar Mas Jaya (Suzuki) Bandung.

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, kegunaan penelitian yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Memperkuat pandangan bahwa pengembangan layanan purna jual dalam industri sepeda motor benar-benar diperlukan guna pencapaian optimal atas tingkat kepuasan konsumen.
  - b. Memberikan masukan teoritis bagi perkuliahan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran. Mengembangkan ilmu yang didapat serta menambah pengetahuan dan wawasan pembaca yang berkaitan dengan bahasan penelitian ilmiah, yaitu mengenai layanan purna jual khususnya pengatuhnya terhadap kepuasan konsumen.

#### **2. Manfaat Praktis**

Bagi perusahaan diharapkan dapat menjadi pengetahuan akan kepuasan konsumen pengguna sepeda motor bebek yang dipengaruhi oleh layanan purna jual, dan memberikan masukan berharga bagi perusahaan Suzuki mengenai pentingnya pengembangan layanan purna jual guna mencapai tingkat kepuasan konsumen yang optimal.

