

**PENTINGNYA KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN  
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT.DAYA ADICIPTA WISESA**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Ijazah*

*Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis*

*Politeknik Negeri Manado*

**Oleh**

**NORCE ROVUA**

**NIM : 15052008**



**POLITEKNIK NEGERI MANADO**

**JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN**

**2018**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
MOTTO.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
LEMBAR KEASLIAN DAN TUGAS AKHIR .....	vii
BIOGRAFI .....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xiiiv
<b>BAB I</b> <b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi masalah .....	5
1.2 Perumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Metodologi Penelitian .....	6
1.5.1 Objek penelitian .....	6
1.5.2 Metode penelitian.....	6
1.5.3 Teknik pengumpulan data .....	6
<b>BAB II</b> <b>KAJIAN PUSTAKA</b> .....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.2 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	8
2.3 Dimensi kualitas .....	9
2.4 Kepuasan pelanggan .....	10
2.5 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.....	11
2.6 Cara meningkatkan kepuasan konsumen.....	12
<b>BAB III</b> <b>GAMBARAN PERUSAHAAN</b> .....	14
3.1 Sejarah Perusahaan .....	14
3.2 Visi dan Misi.....	16
3.3 Logo perusahaan .....	16
3.4 Sumber Daya Perusahaan .....	17
3.5 Struktur Organisasi.....	18

BAB IV	PEMBAHASAN.....	39
	4.1 Gambaran permasalahan.....	39
	4.2 Pembahasan.....	40
	4.3 Pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada PT.Daya Adicipta Wisesa.....	40
BAB V	PENUTUP.....	43
	5.1 Kesimpulan.....	43
	5.2 Saran .....	43

#### DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

3.5 Jumlah karyawan.....	18
--------------------------	----

## **DAFTAR GAMBAR**

3.4 Logo Perusahaan.....	<b>17</b>
3.6 Struktur Organisasi.....	<b>20</b>

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Dalam dunia usaha di era ini, persaingan semakin banyak dan berat terutama dalam menarik perhatian konsumen agar dapat membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu segala usaha di bidang pemasaran harus ditempuh dengan keras agar dapat bertahan dalam arena persaingan bisnis. Di era persaingan bisnis saat ini, kegiatan peningkatan produksi tidak lagi dipandang sebagai suatu masalah yang berat jika di bandingkan dengan kegiatan memasarkan barang yang dihasilkan itu sendiri. Artinya dengan kata lain bahwa keberhasilan dalam pemasaran produk merupakan kunci keberhasilan dari sebuah bisnis yang dijalankan perusahaan.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan yang berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas pelayanan bukanlah persepsi dari penyedia jasa tetapi dari para pelanggan. Para pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati produk suatu perusahaan, sehingga merekalah yang seharusnya kualitas pelayanan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan jasa menurut Supranto (2001:227), "kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak

menghasilkan kepemilikan sesuatu proses produksi dan juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik. Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan adalah berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan para pelanggan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Jadi apabila jasa pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

PT. Daya Adicipta Wisesa selaku main dealer sepeda motor honda wilayah Sulawesi Utara, Gorontalo dan Maluku Utara bekerjasama dengan para dealer dan AHASS (Astra Honda *Authorized Service Station*) mengadakan berbagai program penjualan dan layanan purna jual. Kegiatan tersebut serentak dilaksanakan oleh seluruh jaringan Dealer dan AHASS dengan mengangkat tema '*One HEART with Care for Customer*'. Adapun program penjualan yang ditawarkan antara lain cukup bayar 1,2 juta untuk setiap pembeli Honda Beat POP ESP. Selain itu para konsumen juga diberi kesempatan untuk merasakan sensasi berkendara menggunakan sepeda motor New Honda sonic 150R yang baru diluncurkan oleh PT. Daya Adicipta Wisesa (DAW) pada akhir bulan Agustus yang lalu. Tidak hanya itu, Honda memberikan Reward berupa bingkisan exclusive kepada konsumen loyalnya yakni konsumen yang telah melakukan 2 kali pembelian sepeda motor Honda atau lebih. Konsumen dimanjakan dengan pemberian

layanan cuci motor gratis, servis dan ganti oli gratis bagi 15 konsumen yang beruntung, *Safety Check Injection* dan pemberian sembako bagi yang melakukan servis lengkap. Untuk menambah pengetahuan mengenai produk Honda, PT. Daya Adicpta Wisesa (DAW) juga memberikan pengenalan New Product (New Honda Sonic 150R) bagi para konsumennya. Perusahaan melakukan banyak kegiatan dan penawaran di hari-hari special, kegiatan tersebut perusahaan adakan dengan tujuan untuk menjalin hubungan lebih dekat dan meningkatkan hubungan emosional dengan konsumen sepeda motor honda sekaligus merupakan salah satu apresiasi perusahaan terhadap konsumennya. Konsumen honda atas kepuasan dan kepercayaannya terhadap pelayanan yang perusahaan berikan dan harapan perusahaan para konsumen tetap setia menggunakan sepeda motor honda untuk menemani aktivitasnya sehari-hari dalam mewujudkan mimpi.

PT. Daya Adicpta Wisesa (DAW) sebagai dealer produk Honda memiliki standar dalam pelayanan, akan tetapi berdasarkan pengamatan penulis masih ditemukan ketidaksesuaian dalam penerapannya. Misalkan pelayanan pelanggan dibagian *Counter Spare Part* masih cukup lambat sehingga menyebabkan antrian yang panjang. Demikian juga masih kurangnya ketersediaan fasilitas penunjang seperti kursi menyebabkan banyak pelanggan yang terlihat berdiri menunggu antrian. Pelanggan yang datang di bagian gudang sesuai standar pelayanan harus menggunakan helm pelindung kepala tetapi pada prakteknya petugas dibagian gudang mengabaikan hal tersebut sehingga pelanggan tidak diberikan helm pelindung. Selain itu akibat kekurangan mekanik maka pelayanan *service* kendaraan membutuhkan waktu lebih lama dari waktu yang telah ditetapkan.



Dari uraian di atas jelaslah bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan penting bagi keberadaan perusahaan untuk dapat unggul dalam persaingan, khususnya bagi perusahaan penjualan Sepeda Motor merek Honda. Dengan bertambah jumlah penduduk di kota Manado dari waktu ke waktu maka pada masa yang akan datang usaha ini memiliki potensi yang bagus mengingat bahwa keinginan konsumen akan Sepeda Motor semakin meningkat. Disinilah pentingnya dealer untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumen.

Menjalin hubungan dan melakukan penelitian terhadap mereka perlu dilakukan agar pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan berbagai latar belakang dan pemikiran tersebut maka penulis mengadakan penelitian dengan judul **“Pentingnya Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Pada PT. Daya Adicipta Wisesa”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah pada PT. Daya Adicipta Wisesa.

1. Pelayanan lambat menyebabkan antrian panjang
2. Kurangnya fasilitas penunjang seperti kursi menyebabkan pelanggan berdiri terlalu lama sambil menunggu antrian.
3. Pelanggan yang berkunjung ke bagian gudang tidak menggunakan helm pelindung.
4. Pelanggan *service* kendaraan memakan waktu yang lebih lama dari yang ditetapkan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas rumusan masalah yang dapat di ambil adalah:

1. Bagaimana kualitas pelayanan pada PT. Daya Adicipta Wisesa?
2. Bagaimana kepuasan konsumen pada PT. Daya Adicipta Wisesa?
3. Bagaimana kualitas pelayanan pada dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada PT. Daya Adicipta Wisesa?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pentingnya kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di PT. Daya Adicipta Wisesa

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka manfaat peneliti yang hendak di capai adalah sebagai berikut.

##### **A. Bagi Perusahaan:**

Menjalankan system pelayanan yang berkualitas sesuai standar yang ditetapkan sehingga diharapkan konsumen merasa puas dan loyal terhadap produk serta pelayanan di Dealer PT. Daya Adicipta Wisesa

##### **B. Bagi Penulis**

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan sesuai bidang yang diteliti sehingga penulis memperoleh pengetahuan, ketrampilan dan perubahan sikap dalam menjalankan prinsip pemasaran

##### **C. Bagi Perguruan Tinggi**

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sumber informasi sehingga diharapkan dapat dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya.

## **1.6 Metodologi Penelitian**

### **1.6.1 Objek Dan Waktu Penelitian**

#### 1. Objek Penelitian

Yang menjadi objek pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan pada PT. Daya Adicipta Wisesa .

#### 2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada 05 Februari 2018 sampai 07 Mei 2018.

### **1.6.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang penulis gunakan pada penelitian ini yaitu metode Kualitatif Deskriptif.

### **1.6.3 Teknik Pengumpulan Data**

#### a. Observasi

Yaitu melakukan pengamatan secara langsung selama praktek kerja lapangan pada PT. Daya Adicipta Wisesa khususnya kualitas pelayanan.

#### b. Wawancara

Penulis menanyakan secara langsung kepada beberapa orang karyawan dan yang ada di perusahaan dan konsumen yang berhubungan dengan masalah tersebut.

#### c. Studi Pustaka

Penulis mencari data-data dan buku-buku referensi yang ada hubungannya dengan pengamatan yang dilakukan penulis.