



**UNIVERSITAS ANDALAS
FAKULTAS EKONOMI**

SKRIPSI

**ANALISA PENGARUH BIAYA LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP
VOLUME PENJUALAN KENDARAAN MITSUBISHI COLT DIESEL
JENIS TRUK PADA PT. SUKA FAJAR Ltd**

Oleh :

DODI PURWANEGARA KAMER
05 954 022

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2010**



No Alumni Universitas

**Dodi Purwanegara
Kamer**

No Alumni Fakultas

BIODATA

a). Tempat tgl Lahir : Padang / 22 November 1982, b). Nama Orang Tua : Drs. H. Rasyidin Kamer dan Hj. Farelly c). Fakultas : Ekonomi, d). Jurusan : Manajemen, e.) No.Bp : 05954022 f). Tanggal Lulus 27 Mei 2010 h). Prediket lulus: Memuaskan g). IPK : 2.73 h). Lama Studi : 4 Tahun 8 Bulan i). Alamat Orang Tua: Jln. Beringin IV A No. 9 Padang

ANALISA PENGARUH BIAYA LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP VOLUME PENJUALAN KENDARAAN MITSUBISHI COLT DIESEL JENIS TRUK PADA PT. SUKA FAJAR LTD.

Skripsi SI Oleh Dodi Purwanegara Kamer Pembimbing : Dra. Yanti MM

ABSTRAK

PT.Suka Fajar Ltd, sebagai salah satu agen Mitsubishi menyadari adanya garansi layanan purna jual merupakan nilai tambah yang sangat penting untuk menarik minat konsumen otomotif. Objek penelitian yang diteliti penulis adalah kebijaksanaan produk yang dilakukan oleh PT. Suka Fajar Ltd Padang. Metode analisa yang dipakai: Analisa Kualitatif dan Analisa Kuantitatif. PT. Suka Fajar Ltd, berdiri pada tanggal 31 juli 1976 dengan akte notaris No. 56 Abdul Kadir Usman. Dari analisa tentang hubungan dan pengaruh biaya purna jual terhadap penjualan dapat diketahui bahwa layanan purna jual yang dikeluarkan oleh perusahaan mempunyai hubungan yang positif dengan volume penjualan, dimana koefisien korelasi antara biaya purna jual dengan volume penjualan adalah $R = 0,997$, dan $R\text{ Square} = 0,995$, yang berarti sebesar 99,5% dari volume penjualan yang dipengaruhi oleh kebijaksanaan purna jual dan sisanya 0,5% di pengaruhi oleh variabel-variabel lain. Mengingat layanan purna jual sangat dibutuhkan pada barang-barang kompleks seperti mobil, maka angka 99,5% menunjukkan tingkat yang cukup besar yang berarti layanan purna jual sangat diperhitungkan konsumen dalam pembelian mobil.

keyword : pemasaran, layanan purna jual, penjualan dan jasa

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 27 Mei 2010, dengan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dra. Yanti, MM	Dra. Meilini Malik, MM	Dra. Toti Sri Mulyati, MT

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Harif Amali Rivai, SE, Msi
NIP.197102211997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas / Universitas Andalas	
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan :
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peranan transportasi darat dalam pembangunan dan perekonomian adalah memperlancar arus lalu-lintas orang dan barang serta berperan dalam pemerataan pembangunan dan hasil-hasilnya.

Salah satu alat transportasi darat yang dibutuhkan masyarakat adalah kendaraan jenis truk yang berfungsi sebagai alat angkut barang. Perkembangan sarana angkutan truk ini berhubungan erat dengan kelancaran perdagangan, peningkatan produksi serta perkembangan dunia usaha.

Berdasarkan peluang yang ada, di Sumatera Barat muncul atau tumbuh perusahaan-perusahaan swasta yang berperan sebagai dealer dari berbagai macam merek kendaraan. Salah satunya dealer itu adalah PT. Suka Fajar Ltd, yang merupakan dealer resmi kendaraan merek Mitsubishi untuk wilayah Sumatera Barat.

Dalam memasarkan kendaraan Mitsubishi jenis truk, PT Suka Fajar Ltd, dan PT. Andalas Berlian Motor bersaing dengan perusahaan yang memasarkan kendaraan merek Toyota, Daihatsu dan Isuzu.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam, kegiatan perusahaan hanya menjual kendaraan tetapi perusahaan berusaha menerapkan berbagai kebijakan untuk merebut pasar, diantaranya adalah kebijaksanaan yang ditambahkan pada produk yaitu pelayanan purna jual (*after sales service*) kepada para langgananya. Pelayanan ini meliputi: service perbaikan, penyediaan suku

cadang yang rusak, garansi dan masalah yang berkaitan dengan kendaraan selama langganan menggunakan produk Mitsubishi.

Seiring dengan cepatnya perkembangan, kadang kala banyak perusahaan yang menyadari ketinggalan oleh perubahan dan kemajuan teknologi. Disini pihak perusahaan dituntut untuk memperhatikan dan meningkatkan aktivitas dalam meningkatkan penjualan dan kepuasan konsumen, karena terdapatnya beberapa perusahaan lain yang sudah berstatus sebagai penjualan kendaraan jenis truk yang juga menyediakan fasilitas yang sama.

Untuk mengetahui dengan jelas perkembangan pemasaran kendaraan Colt Diesel jenis truk oleh PT. Suka Fajar Ltd, pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Perkembangan Persentase Penjualan Kendaraan Truk
Mitsubishi Colt Diesel Di Sumatra Barat Tahun 2004 -2008 (unit)

Tahun	Mitsubishi Colt Diesel		Total	Persentase Penjualan	
	PT. Suka Fajar	PT. Andalas Berlian		PT. Suka Fajar	PT. Andalas Berlian
2004	330	187	517	63,83	36,17
2005	341	163	504	67,66	32,34
2006	328	371	699	46,92	53,08
2007	504	494	998	50,50	49,50
2008	519	237	756	68,65	31,35

Sumber: PT. Suka Fajar
PT. Andalas Berlian

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa volume penjualan kendaraan PT.Suka Fajar Ltd, cenderung meningkat kecuali pada tahun 2006 terjadi sedikit

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil uraian-uraian dan pembahasan yang telah Penulis kemukakan pada terdahulu maka Penulis akan mencoba menarik kesimpulan dan memberikan saran sesuai dengan batas kemampuan yang penulis miliki. Hal ini bertujuan untuk memberikan masukan-masukan pada perusahaan agar perusahaan agar perusahaan dimasa yang akan datang dapat menyusun strategi kebijaksanaan perusahaan dan menghasilkan pertimbangan-pertimbangan yang digunakan perusahaan untuk muengembangkan usaha dimasa yang akan datang.

6.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat penulis kemukakan dari hasil penelitian yang dilakukan adalah:

1. Terjadinya fluktuasi terhadap volume penjualan dan market share perusahaan disebabkan oleh sistem pelayanan purna jual yang dilakukan perusahaan belum begitu baik dan memuaskan, dari sini dapat kita ketahui bahwa bentuk pelayanan purna jual yang dilakukan perusahaan membawa pengaruh besar terhadap volume penjualan perusahaan.
2. Dari analisa tentang hubungan dan pengaruh biaya purna jual terhadap penjualan dapat diketahui bahwa layanan purna jual yang dikeluarkan oleh perusahaan mempunyai hubungan yang positif dengan volume penjualan, dimana koefisien korelasi antara biaya purna jual dengan volume penjualan adalah $R = 0,997$, dan $R \text{ Square} = 0,995$, yang berarti sebesar 99,5% dari volume penjualan yang dipengaruhi oleh kebijaksanaan purna jual dan

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, Dr., 2000, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Penerbit Alfa Beta, Cetakan keempat, Bandung.
- Kotler, Philip, 2000, *Marketing Management, The Millenium Edition*, Prentice Hall, Inc.
- _____, 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 1 dan 2*, Prehallindo, Jakarta
- Rasyad, Rasdihan, 2003, *Metode Statistik Deskriptif*, PT. Grasindo Anggota Ikapi, Jakarta
- Reksohadiprojo, Sukamto, 1989, *Kebijaksanaan Perusahaan*, BPFE, Yogyakarta.
- Siswanto Sutojo, 2003, *Meningkatkan Jumlah dan Mutu Pelanggan*, Penerbit PT. Damar Mulia Pustaka, Jakarta
- Stanton, William J, 1996, *Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid I*, Erlangga, Jakarta.
- Sugiono, 1999 *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : CV. Alfabeta.
- Swasta DhH, Basu dan Irawan, 2000, *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi I*, Liberty Yogyakarta.
- _____, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II*, Liberty, Yogyakarta.