MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MUTU DAN PELAYANAN PADA PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG

TUGAS AKHIR

PROGRAM DIPLOMA III

JURUSAN AHLI KOMPUTER MANAJEMEN PEMASARAN

PERPUSTAKAAN UNIKOM BANDUNG

Oleh :

SUSANTI

NIM : 32397012

INDONESIAN GERMANY INSTITUTE

BANDUNG

2000

LEMBAR PENGESAHAN

MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MUTU DAN PELAYANAN PADA PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG

TUGAS AKHIR

OLEH:

SUSANTI

NIM : M 32397012

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

(Drs. Yusman Bachrunsyah. MM)

Mengetahui,

Ketua Jurusan	Ketua IGI
(Ahmad Iskandar Z . SE . MBA)	(Ir. Eddy Suryanto Soegoto. MSc)

LEMBAR PENGESAHAN

MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MUTU DAN PELAYANAN PADA PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG

TUGAS AKHIR

OLEH :

SUSANTI

NIM : M 32397012

DISIDANGKAN PADA TANGGAL 18 SEPTEMBER 2000

Mengetahui,

Penguji I

(Ahmad Iskandar Z . SE.,MBA)

Penguji II

(Drs. Yusman Bachrunsyah.MM)

Penguji III

(Trustorini Handayani.SE)

LEMBAR PENGESAHAN II

MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MUTU DAN PELAYANAN PADA PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG

TUGAS AKHIR

Oleh:
SUSANTI
NIM: MP397033

Menyetujui,
Pembimbing

Drs. Saiful Uyun

Mengetahui,
Direktur Lokal Division

Ir. Rahman Zakaria

Rekreasi terbesar adalah bekerja
Kesalahan terbesar adalah putus asa
Keberanian terbesar adalah sabar
Guru terbaik adalah pengalaman

Kebanggaan terbesar adalah kepercayaan
Keuntungan terbesar adalah anak shaleh
Pemberian terbaik adalah partisipasi
Modal terbaik adalah percaya diri

(Ali R.A)

Kupersembahkan Tugas Akhir ini
kepada Kedua Orang Tua Yang tercinta,
Saudara Dan Teman-Teman Tersayang dan
Terbaik yang selalu memberikan bantuan
serta do'a

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Ilahi Robbi, Karena berkat Rahmat dan Inayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya. Tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan sidang Diploma III pada Indonesia Germany Institute (IGI), dengan mengambil judul **"MEMBANGUN KEPUASAN PELANGGAN MELALUI MUTU DAN PELAYANAN PADA PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG."**

Penulis mendapatkan bahan untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan melakukan wawancara dan observasi langsung pada PT. Karyabudy Ekatama Bandung khususnya dengan bagian pamasaran dan melalui buku-buku yang berhubungan dengan judul.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, maka sepantasnyalah penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Ir. Eddy Suryanto Soegoto, Msc., Selaku Direktur Utama Indonesian Germany Institute (IGI)
2. Bapak Ir. Ahmad Iskandar Z. SE ,MBA, selaku ketua jurusan Manajemen Pemasaran
3. Bapak Drs. Yusman Bachrumsyah. MM, selaku dosen pembimbing Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Indonesian Germnay Institute

4. Bapak Ir. Rahman Zakaria selaku Direktur PT. Karyabudy Ekatama Bandung yang teleh berkenan memberikan izin penulis untuk mengadakan penelitian dan wawancara langsung.
5. Bapak Drs. Saiful Uyun, selaku pembimbing di bagian staff Marketing PT. Karyabudy Ekatama Bandung yang telah memberikan informasinya.
6. Seluruh staff dan karyawan PT. Karyabudy Ekatama Bandung yang telah banyak membantu penulis mendapatkan data-data yang diperlukan, serta
7. Kedua Orang Tua yang telah memberikan dorongan secara materil dan spiritual.
8. Berbagai pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis menerima saran dan kritik untu dapat menyempurnakan tugas akhir ini.

Penulis barharap semoga dengan terselesaikannya tugas akhir ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Bandung, Agustus 2000

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR GAMBAR vi

DAFTAR LAMPIRAN vii

ABSTRAKSI viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Maksud dan Tujuan 3

1.3 Metodologi Penelitian 3

1.4 Pembatasan Masalah 4

1.5 Sistematika Penulisan 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan 6

2.1.1 Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan 9

2.1.2 Nilai Pelanggan 10

2.1.3 Harapan Pelanggan 12

2.2 Membangun Kepuasan Pelanggan 16

2.2.1 Strategi membangun Kepuasan Pelanggan 17

2.2.2 Hilangnya Pelanggan 20

2.2.3 Perlunya mempertahankan Pelanggan 20

2.2.4 Pemasaran Berdasarkan Hubungan Dengan Pelanggan 21

2.3 Pengertian Mutu 22

2.3.1 Peranan 4 (empat) M Dalam Mutu 25

2.3.2 Pengamatan Tentang Usaha Mencapai Strategi Mutu Pemasaran Total (Total Quality Marketing) 27

2.4 Pengertian Pelayanan 30

BAB III DATA HASIL PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum 33

3.1.1 Sejarah PT. KARYABUDY EKATAMA.. 33

3.1.2 Struktur Organisasi 35

3.1.3 Kegiatan Usaha 37

3.1.4 Job Description 38

3.2 Gambaran Khusus 41

3.2.1 Mutu Produk Pada PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG 41

3.2.2 Pelayanan Pada PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG 42

BAB IV ANALISA HASIL PENELITIAN

4.1 Analisa Mutu Produk Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG 44

PERPUSTAKAAN

4.2 Analisa Pelayanan Dalam Membangun Kepuasan Pelanggan pada PT. KARYABUDY EKATAMA BANDUNG 46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 48

5.2 Saran-saran 49

DAFTAR PUSTAKA ix

LAMPIRAN

DA FTAR GAMBAR

1. Struktur Organisasi PT. Karyabudy Ekatama Bandung

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat keterangan praktek kerja lapangan (PKL)
2. Penilaian kerja praktek Indonesian Germany Institute (IGI)
3. Absensi kehadiran praktek kerja lapangan mahasiswa/i Indonesian Germany Institute (IGI)
4. Pengajuan tugas akhir
5. Absensi bimbingan
6. Penilaian konsumen
7. Quality Abnormality Information Sheet (QAIS)

ABSTRAKSI

Mengingat perusahaan-perusahaan masa kini menghadapi persaingan terberatnya perusahaan memikirkan bagaimana dapat menarik pelanggan dan mengungguli saingan mereka. Salah satu caranya adalah memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta sejauh mana mutu dan pelayanan dapat memuaskan pelanggan tersebut.

Eksekutif puncak masa kini melihat tugas meningkatkan mutu barang dan jasa sebagai perioritas utama. Sukses perusahaan jepang didunia dikarenakan mutu produk yang cemerlang. Kebanyakan pelanggan tidak lagi menerima kinerja bermutu sedang, karena itu ada hubungan erat antara mutu produk dan kepuasan pelanggan, serta keuntungan perusahaan. Mutu yang lebih tinggi menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi pula, sekaligus mendukung harga lebih tinggi dan seiring biaya lebih rendah, kerena itu program peningkatan mutu (Quality Improvement Program) umumnya meningkatkan keuntungan.

Produk apapun tidak akan terlepas dari unsur jasa atau pelayanan, dimana bentuk-bentuk layanan pelanggan yang mungkin dikembangkan sebuah perusahaan meliputi garansi, jaminan, pelatihan cara menggunakan produk, konsultasi teknikal, saran-saran pemakaian produk alternatif, peluang mengembalikan/menukar produk yang tidak memuaskan, reparasi komponen-komponen yang rusak/cacat, penyediaan suku cadang pengganti, dan pemantauan atau penyesuaian produk untuk memenuhi perubahan kebutuhan pelanggan.