

## **Service Influence and Availability Facilities Toward Customers Satisfaction In Astra Isuzu Majapahit Semarang**

**Esty Aprilia Wijayanti**

### ***Abstract***

*PT. Astra International Isuzu Division Semarang is an automotive company especially for Isuzu. This company give all in services, from vehicles purchasing, handling vehicles license and aftersales service. These services gived to customers for achieved customer satisfactions to increase company profit.*

*This research purpose is to test the influence of services and availability facilities toward customer satisfaction in Astra Isuzu Majapahit Semarang. Research type is explanatory research, with 100 respondents.*

*Services and availability facilities who gived by company to customer already well. Suggested to company for giving more services increased and availability facilities in order to increase customer satisfaction.*

***Keywords*** : *service, availability facilities, customers satisfaction.*

### **A. PENDAHULUAN**

Dewasa ini terdapat persaingan yang semakin ketat pada sektor penawaran barang atau jasa dan semakin banyak cara yang dikembangkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Hal ini mendorong perkembangan pemikiran dan pengkajian untuk mendapatkan cara yang lebih baik guna menghasilkan profit secara optimal. Karena itulah, para pebisnis tidak bisa terus menerus berpegang pada prinsip pemasaran lama, yakni pemasaran yang hanya bertujuan untuk meraih keuntungan sebesar - besarnya. Pebisnis dituntut untuk dapat mengikuti kemauan pasar yang saat ini berorientasi pada kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) serta memperhatikan faktor-faktor pendukung seperti situasi

politik, sosial serta ekonomi yang sedang terjadi. Peningkatan profit bisa didapatkan dengan cara meningkatkan pelayanan terhadap konsumen dan berusaha menarik konsumen agar menjadi pelanggan yang loyal. Pelanggan yang loyal akan memberikan banyak keuntungan bagi sebuah perusahaan, karena bukan tidak mungkin bahwa pelanggan akan mereferensikan perusahaan kepada orang lain, dan hal tersebut akan menjaring pelanggan lebih banyak lagi. Oleh karena itu, prinsip *customer is the king* perlu diterapkan bagi setiap perusahaan. Apabila kepuasan pelanggan total tidak dapat dicapai oleh suatu perusahaan maka akan menimbulkan adanya masalah, yaitu penurunan jumlah pelanggan yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Dalam kaitannya dengan pelayanan kepada pelanggan, semua pihak yang bergerak dalam pemberian layanan yang bersifat komersil maupun non komersil harus menyadari, bahwa keberadaan konsumen yang setia (loyal) merupakan pendukung untuk kesuksesan bagi perusahaan maupun organisasi lainnya. Dengan demikian, perusahaan menempatkan konsumen sebagai aset yang sangat berharga, karena dalam kenyataannya tidak akan ada satu pun perusahaan yang akan mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh pelanggannya karena akan berhubungan langsung dengan profit perusahaan tersebut (Atep Adya Barata, 2006 : 22). Dikemukakan pula oleh Philip Kotler (2002:44) bahwa jika perusahaan yang berfokus pada pelanggan tidak berusaha mencapai kepuasan pelanggan, hasilnya mungkin adalah laba yang lebih rendah.