

PENERAPAN *AFTER SALES SERVICE* PADA PT. WAHANA SUMBER BARU YOGYA (*DEALER NISSAN DATSUN MLATI YOGYA*)

Noval Cholik Lumaela

Abstrak

After Sales Service merupakan layanan pendukung yang diberikan kepada konsumen setelah terjadi transaksi pembelian barang atau jasa yang ditawarkan guna memenangkan kompetisi dalam bisnis dengan mendapatkan loyalitas pembelian dari pelanggan. Penelitian ini meneliti penerapan *After Sales Service* pada PT. Wahana Sumber Baru Yogya yang menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tolak ukur keberhasilan. Kepuasan Pelanggan sebagai variabel tergantung sedangkan variabel bebasnya adalah Layanan purna jual yang terdiri dari Jaminan atau pemberian garansi, Penyediaan *Accessories* (Suku Cadang), Pelayanan pemeliharaan dan perbaikan, dan fasilitas dan pelengkapan. Penelitian ini merupakan penelitian terapan dengan pendekatan kuantitatif untuk menguji hipotesis yang dibuat. Penelitian ini menggunakan perhitungan *Arithmetic Mean* dan skala pengukuran *likert* dalam rangka menguji hipotesis. Penerapan *After Sales Service* pada PT. Wahana Sumber Baru Yogya dipresepsikan sudah sangat baik dengan skor 4,24.

Kata Kunci : *Penerapan After Sales Service, Presepsi Konsumen*

**IMPLEMENTATION OF AFTER SALES SERVICE AT PT. WAHANA
SUMBER BARU YOGYA (DEALER NISSAN DATSUN MLATI YOGYA)**

Noval Cholik Lumaela

Abstract

After Sales Service is a support service provided to consumers after a purchase transaction of goods or service is offered in order to win the competition in business by gaining purchase loyalty from customers. This study examines the application of After Sales Service at PT Wahana Sumber Baru Yogya which makes customer satisfaction as a benchmark of success. Customers satisfaction as a dependent variable while the independent variable is After Sales Service consisting of a guarantee, provision of accessories (parts), maintenance and repair services, and facilities and completeness. This research is an applied research with a quantitative approach to recognize the hypothesis made. This study uses the Arithmetic Mean and Likert Measurement Scale calculation in order to test the hypothesis. The implementation of After Sales Service at PT. Wahana Sumber Baru Yogya is quite good with a score of 4,24.

Keyword: Implementation After Sales Service, Customer Perception