

Lampiran 1:

PEDOMAN WAWANCARA

PERUSAHAAN :

1. Bergerak dalam bidang usaha apa perusahaan ini?
2. Produk atau jasa apa saja yang sampai saat ini telah dikeluarkan perusahaan?
3. Apakah produk unggulan perusahaan?
4. Layanan apa saja yang ada di perusahaan ini (pra penjualan, pas penjualan dan purna penjualan)?
5. Apakah setiap produk memiliki layanan yang berbeda-beda?
6. Apakah layanan yang paling diminati pelanggan?
7. Apa strategi pemasaran AUTO2000 untuk mempertahankan pelanggan atau mencari pelanggan baru? Apakah masing-masing daerah memiliki strategi yang berbeda?
8. Apakah strategi perusahaan untuk bisa bersaing dengan perusahaan lain?
9. Usaha-usaha apa sajakah yang dapat ditempuh perusahaan untuk dapat terus mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan?
10. Berapakah jumlah pelanggan perusahaan pada tahun 2007, 2008, 2009?
11. Berapakah total penjualan selama tahun 2007, 2008 dan 2009?
12. Adakah diferensiasi layanan di AUTO2000 yang tidak ada di perusahaan lain?
Jika ada, mulai kapan diferensiasi tersebut diterapkan di perusahaan?
13. Setiap kali terdapat penambahan layanan, apakah berdampak pada penjualan produk atau jasa perusahaan?

PELANGGAN:

1. Berapa lama Bapak/ Ibu menjadi pelanggan di AUTO2000 Malang-Sutoyo?
2. Bagaimana penilaian Bapak/ Ibu mengenai kelengkapan fasilitas dan jasa pelayanan yang ada di AUTO2000 Malang-Sutoyo?
3. Bagaimana Penilaian Bapak/ Ibu mengenai pelayanan konsultasi dan pemberian penjelasan serta ketanggapan dalam menghadapi keluhan pelanggan?
4. Bagaimana Penilaian Bapak/ Ibu mengenai kualitas layanan servis yang ada di AUTO2000 Malang-Sutoyo?
5. Layanan servis apakah yang pernah Bapak/ Ibu gunakan selama menjadi pelanggan di AUTO2000?
 - Express Maintenance
 - Booking Service
 - Kontrak Service
 - Kartu OK atau Gratis
 - Service Plus
 - Toyota Warranty Claim (TWC)
 - Pusat Layanan Dyna (PLD)
 - Toyota Home Sevice (THS)
6. Dari beberapa layanan servis yang tersedia di AUTO2000, manakah layanan yang dirasakan paling memberikan manfaat dan memiliki nilai lebih bagi pelanggan?
 - Express Maintenance
 - Booking Service

- Kontrak Service
 - Kartu OK atau Gratis
 - Service Plus
 - Toyota Warranty Claim (TWC)
 - Pusat Layanan Dyna (PLD)
 - Toyota Home Service (THS)
7. Apakah harga pada layanan servis yang ditawarkan oleh AUTO2000 Malang-Sutoyo dapat diterima oleh pelanggan?
 8. Apakah Bapak/ Ibu pernah melakukan servis selain di AUTO2000 Malang-Sutoyo?
 9. Apakah terdapat perbedaan antara layanan bengkel AUTO2000 Malang-Sutoyo dengan layanan bengkel lainnya?
 10. Apakah ada layanan bengkel lain yang tidak tersedia di AUTO2000 Malang-Sutoyo?
 11. Apakah sebelum menggunakan kendaraan Toyota, Bapak/ Ibu pernah menggunakan kendaraan merek lain?
 12. Merek kendaraan yang dipakai sebelum menggunakan merek Toyota (jika ada)?
 13. Alasan melakukan perpindahan merek (jika ada)?
 14. Bagaimana pendapat Bapak/ Ibu mengenai kelengkapan suku cadang asli Toyota?
 15. Bagaimana pendapat Bapak/ Ibu mengenai kemudahan dalam mendapatkan suku cadang asli Toyota?

16. Apakah layanan yang tersedia di AUTO2000 menjadi salah satu pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian?
17. Kesan Bapak/ Ibu setelah menikmati fasilitas pelayanan di AUTO2000 Malang-Sutoyo?
18. Saran perbaikan terkait dengan pelayanan yang ada di AUTO2000 Malang-Sutoyo (Jika ada)?
19. Bagaimana sikap kedepan terhadap kendaraan Toyota terkait dengan pelayanan yang tersedia di AUTO2000?



Lampiran 2:

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Profil perusahaan
2. Sejarah perusahaan
3. Struktur organisasi perusahaan
4. Visi dan Misi perusahaan
5. Logo perusahaan
6. Jumlah penjualan perusahaan
7. Jumlah pelanggan perusahaan
8. Jenis produk dan layanan perusahaan

