

ABSTRAK

Nafis Makhshush Syarofi (NIM, 1320310117), Penerapan *Customization* Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen PO. Haryanto Kudus di Kecamatan Jati. Kudus. Skripsi, Kudus: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam/Manajemen Bisnis Syariah STAIN Kudus, 2017.

Dalam suatu bisnis, pelaku usaha tentunya harus mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lainnya agar banyak konsumen yang menggunakan produk yang dijual. Dalam perusahaan jasa, sudah jelas layanan yang diberikan sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Peranan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (*customization layanan*) saat ini sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi perusahaan di pasar yang tercermin dalam pasar perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan.

Permasalahan yang diambil dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana penerapan *customization* layanan yang dilakukan PO. Haryanto Kudus dalam meningkatkan kepuasan konsumen. (2) Apa yang menjadi kendala dalam penerapan *customization* layanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di PO. Haryanto Kudus. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui penerapan *customization* layanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen PO. Haryanto Kudus dan kendala dalam penerapan *customization* layanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen di PO. Haryanto Kudus di Kecamatan Jati Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode observasi dan wawancara kepada staff HRD, crew bus PO. Haryanto, dan konsumen PO. Haryanto, dengan obyek penelitian pada PO. Haryanto di Kecamatan Jati Kudus.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *customization* layanan yang dilakukan PO. Haryanto Kudus yaitu dengan cara memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini, bahkan setiap bulanya PO. Haryanto rapat dengan agen dan crew bus membahas apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terjadi pada saat ini. Kemudian penerapan *customization* layanan ditunjang oleh strategi marketing mix (4P), mengupayakan produk, harga, penyalur, dan tempat yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen, serta menerapkan *customer care* (peduli konsumen) mulai memberikan waktu sholat untuk penumpang, barang yang tertinggal juga diamankan crew bus, disaat bus akan berangkat crew bus akan mengontrol penumpang apa. Dari hal-hal tersebut merupakan sesuatu yang penting untuk diterapkan di dalam PO. Haryanto agar konsumennya melakukan merasa puas atas layanan yang diberikan.

Kata Kunci : *Cuztomization layanan, Marketing Mix (4P), Customer care* (peduli konsumen), Kepuasan konsumen.