

ABSTRAK

Pada masa lalu perusahaan cenderung kurang memperhatikan kepuasan pelanggan. Namun seiring berjalannya waktu dan teknologi membuat perusahaan-perusahaan pesaing mulai bermunculan. Hal ini membuat perusahaan memikirkan kembali strategi untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan. Salah satu strategi perusahaan adalah dengan memberikan manfaat yang lebih dengan memberikan jasa pelengkap yang lain (*supplementary service*). Usaha pemberian jasa pelengkap (*supplementary service*) ini merupakan usaha dari perusahaan dalam menciptakan nilai tambah demi kepuasan pelanggan dan juga sebagai pembeda atau sarana diferensiasi dari perusahaan – perusahaan yang sejenis yang banyak bermunculan. *Supplementary service* adalah elemen jasa yang melengkapi penyampaian jasa inti yang bertujuan menambah nilai dan memberikan keunggulan bersaing produk inti. *Supplementary service* diukur melalui elemen *facilitating supplementary service* yang terdiri dari (a) *information*, (b) *order-taking*, (c) *billing*, (d) *payment*, dan *enhancing supplementary service* yang terdiri dari (a) *consultation*, (b) *hospitality*, (c) *save-keeping* dan (d) *exception*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggambarkan *supplementary service* yang dirasakan pelanggan Erha Clinic Surabaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif murni sehingga diperoleh gambaran mengenai *supplementary service* yang dirasakan oleh Erha Clinic Surabaya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *supplementary service* yang diberikan oleh Erha Clinic Surabaya telah dirasakan dengan baik oleh pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai mean yang cukup tinggi terhadap masing-masing elemen.

Kata Kunci : *Supplementary Service*

ABSTRACT

In the past companies tend to be less attention to customer satisfaction. But as time passes and technology create competitive companies began to appear. This made the company rethink strategies to acquire and retain customers. Enterprises providing complementary services (*supplementary service*) is an effort of companies in creating added value for customer satisfaction and also as a differentiator or a means of differentiation from the company - the kind that many companies popping up. *Supplementary services* are services that are complementary elements of core service delivery that aims to add value and provide the core product competitive advantage. *Supplementary service* measured through a *supplementary service facilitating* elements consisting of (a) *information*, (b) *order-taking*, (c) *billing*, (d) *payment*, and *enhancing supplementary service* which consists of (a) *consultation*, (b) *hospitality*, (c) *save-keeping* and (d) *exception*. The purpose of this study was to describe the perceived customer *service supplementary* Erha Clinic Surabaya.

The method used in this study is purely descriptive method so that the description of the *supplementary service* that is perceived by Erha Clinic Surabaya.

Results from this study indicate that the *supplementary services* provided by Erha Clinic Surabaya has been felt well by the customer. This is shown by the relatively high mean value of each element.

Keywords: *Supplementary Service*