

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di UD. SEKAWAN yang terletak di Jalan Jendral Sudirman 193, Banyuwangi. Dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya, perbaikan demi perbaikan harus tetap diupayakan agar kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat tercapai dan terbina sehingga dapat tetap menguasai pasar meskipun persaingan yang terjadi cukup ketat.

Selama ini perusahaan belum pernah melakukan suatu pengukuran yang sistematis mengenai sejauh mana kepuasan konsumen terhadap *service quality* yang diberikan. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengukuran dan peningkatan *service quality* agar kepuasan pelanggan dapat tercapai dan kemudian melakukan peningkatan kualitas layanan.

Sebelum peningkatan kualitas layanan dilakukan, terlebih dahulu perlu diukur bagaimana harapan dan persepsi pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan oleh UD. SEKAWAN. Metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dalam penelitian ini adalah metode *servqual* untuk bisnis ritel dengan menggunakan analisis *5 gap*. Metode ini dapat digunakan untuk mencari penyebab timbulnya kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan. Variabel kualitas layanan yang akan diukur mencakup 6 hal, yaitu persepsi pelanggan, harapan pelanggan, persepsi manajemen mengenai harapan pelanggan, *standard service quality*, kemampuan menjalankan standar kerja, dan janji pihak manajemen. Variabel kualitas layanan yang diukur juga mengacu pada keempat dimensi *servqual* untuk bisnis ritel, yaitu kualitas interaksi, kualitas lingkungan, kebijakan peritel dan kualitas hasil. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang baru melakukan transaksi pembelian dan kepada seluruh manajemen.

Dari hasil pengelompokan pelanggan, jumlah kelompok pelanggan 1 (pelanggan yang pernah membelanjakan uangnya diatas lima ratus ribu rupiah) adalah 49 responden. Sedangkan untuk jumlah kelompok pelanggan 2 (pelanggan yang pernah membelanjakan uangnya dibawah atau senilai lima ratus ribu rupiah) adalah 41 responden. Adapun karakteristik kelompok pelanggan 1 adalah berusia dibawah atau sama dengan 30 tahun dan bekerja sebagai ibu rumah tangga yang datang dengan keluarganya dan selama ini pernah berbelanja di UD. SEKAWAN di atas 3 kali dan telah menjadi pelanggan selama 2 sampai 3 tahun. Sedangkan karakteristik kelompok pelanggan 2 adalah berusia dibawah atau sama dengan 30 tahun dan bekerja sebagai pegawai yang datang dengan temannya dan selama ini pernah berbelanja di UD. SEKAWAN antara 2 sampai 3 kali dan telah menjadi pelanggan selama 1 sampai 3 tahun.

Secara keseluruhan, *gap 5* yang terjadi disebabkan oleh keberadaan *gap 3*, dimana seluruh dimensi mengalami *gap 3* yang penyebabnya adalah kurang bagusnya sumber daya manusia dari pihak manajemen. Adapun beberapa variabel yang perbaikannya perlu diprioritaskan oleh UD. SEKAWAN, antara lain: Karyawan bersikap ramah dan sopan dalam membantu, Papan nama UD. SEKAWAN mudah dilihat dari jalan, Ragam produk yang dijual dapat memenuhi kebutuhan, Komplain ditanggapi dengan cepat, Mendapatkan pengalaman belanja terbaik, dan Mendapatkan pelayanan yang terbaik secara konsisten.