

KUALITAS PELAYANAN DI TOKO KAIN AZAD TASIKMALAYA

Eki Krisnawan

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, STIA YPPT Priatim Tasikmalaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan CV Azad Tasikmalaya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori kualitas layanan Zaithaml, yang terdiri dari tangibility, akuntabilitas, tanggung jawab, kepercayaan, dan empati. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara, observasi, dan penelitian dokumenter. Metode pengumpulan data adalah melalui wawancara dengan pemilik dan karyawan serta beberapa pelanggan. Analisis data dilakukan atas dasar penyusunan yang matang terhadap semua data yang diperoleh selama penelitian, baik melalui wawancara, studi pustaka maupun observasi terhadap fenomena yang berkaitan dengan kualitas pelayanan di CV Azad Tasikmalaya. Berdasarkan pembahasan yang disampaikan, layanan CV Azad Tasikmalaya menerapkan dimensi “tangible” dan indikatornya. Penilaian kualitas yang dilakukan pada dimensi ini sesuai dengan harapan masyarakat meliputi penampilan pegawai dalam memberikan pelayanan, kedisiplinan pegawai dalam memberikan pelayanan, kemudahan akses pelanggan untuk meminta pelayanan dan penggunaan alat bantu. selama layanan . Dalam implementasinya, terdapat indikator yang sesuai dengan harapan pelanggan, seperti: B. Fasilitas tapak dalam pemberian pelayanan, seperti adanya ruang tunggu khususnya terdapat beberapa fasilitas seperti WiFi dan tempat parkir yang cukup luas. karena banyak pelanggan menunggu proses pelayanan.

Kata kunci. Kualitas Pelayanan

Abstract

The purpose of this study is to find out the quality of service at CV Azad Tasikmalaya. In this study, the authors used Zaithaml's theory of quality of play, which consists of Tangibles, Responsibility, Responsiviness, Assurance and Emphaty. This research uses qualitative descriptive research methods using interview, observation and documentation studies techniques. Data collection techniques through interviews with owners and employees and some consumers. Data analysis is carried out from all the data that has been provided thoroughly obtained during the study, both through interviews, literature studies, and observation of phenomena related to the Quality of Service at CV Azad Tasikmalaya. From the discussion that has been delivered by the Ministry on CV Azad Tasikmalaya has applied tangible dimensions along with indicators. Quality assesment that has been running in accordance with community expectations in this dimension includes the appearance of employees when performing services, employee choice in performing services, ease of customer access in service applications, and the use of assisted tools in service. In the implementation there are indicators that run in accordance with customer expectations such as the comfort of the place when performing

services for example the availability in the waiting room, namely there are several facilities provided such as Wi-Fi, and parking is quite spacious for customers who are waiting for the service process.

Keyword : Quality of Service

Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha pada masa ini sangat pesat, perlu dan: Menginginkan pelanggan selalu berubah bersama melalui perkembangan masa Jadi Memengaruhi sistem contoh tujuan penggunaan Publisitas. perkembangan upaya keluar Tahun ke: Tahun Ini memiliki beraneka warna melalui berbagai Jenis: kontes di Setiap orang mempersiapkan terlihat sesuatu itu Perusahaan: atau pidana upaya menggugat memiliki strategi itu sesuai memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, tergantung pada kasusnya melayani Ingat perkembangan teknologi itu lebih banyak Dinamika, laki-laki menggugat lebih cepat untuk tidak rugi volume satuan saingan

Keberhasilan pemasaran perusahaan diukur tidak hanya dengan jumlah pelanggan yang berhasil diperolehnya , tetapi juga seberapa baik perusahaan mempertahankan pelanggan tersebut. Kepuasan pelanggan atau tidak tergantung pada kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan. Banyaknya pengaduan dan pengaduan ketidakefektifan dan ketidakefektifan, serta sumber daya manusia yang kurang memadai. Hal ini termanifestasi dalam prosedur pelayanan yang rumit, petugas yang tidak tanggap dan biaya yang tinggi, sehingga opini masyarakat terhadap peningkatan kualitas pelayanan semakin meningkat setiap tahunnya. Namun pada kenyataannya, pelanggan tidak mendapatkan layanan yang mereka inginkan. Banyak operasi layanan tidak berfungsi meningkat sehingga banyak pelanggan atau masyarakat yang kurang puas dengan pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu ukuran peningkatan kualitas pelayanan. Hal ini karena kualitas pelayanan dapat digunakan sebagai sarana untuk memperoleh keunggulan kompetitif . Dalam hal peningkatan kualitas pelayanan yang baik, hal ini dapat menyebabkan: Kepuasan pelanggan atau audiens.

Menurut (Tjiptono, 2011, hlm. 50) , kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) diharapkan, maka kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dianggap kualitas ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dianggap buruk.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat sebagai penerima pelayanan mengharapkan suatu tingkat keunggulan dari setiap pelayanan yang diperoleh dari pelayanan yang diterima sebelumnya. Ketika pelayanan yang diberikan melebihi harapan masyarakat, maka kualitas pelayanan yang diberikan dipersepsikan optimal oleh pengguna jasa. Suatu pelayanan baru dapat dikatakan berkualitas jika memenuhi harapan, keinginan atau kebutuhan penerima pelayanan, untuk mengetahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh Kedai Fabrik memenuhi keinginan atau kebutuhan masyarakat. Pengguna jasa, kualitas jasa harus diukur dan dievaluasi oleh pengguna jasa.

Faktor harga merupakan faktor yang dapat menjadi pertimbangan terpenting bagi pelanggan ketika memutuskan untuk membeli kain dari toko Azad Tasikmalaya. Faktor kualitas khususnya kualitas kain juga akan mempengaruhi keputusan pembelian kain dari toko Azad Tasikmalaya karena pelanggan percaya bahwa jika kualitasnya bagus maka produk tersebut tahan lama dan dapat digunakan dalam waktu yang lama. Jenis kain merupakan faktor yang juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli kain dari toko Azad Tasikmalaya. Pelanggan bebas memilih jenis kain yang sesuai dengan pelanggan.

Jenis kain yang tersedia di Kedai Azad Tasikmalaya adalah Brokat , Katun, Denim, Tenun, Dill dan Famatex. Pola dan warna kain merupakan faktor kunci dalam selera pelanggan. Pelanggan bebas memilih motif dan warna apapun . Untuk warna, pelanggan bebas memilih.

Persepsi pelanggan terhadap faktor kualitas pelayanan, faktor harga, kualitas kain, jenis kain, corak dan warna juga menjadi hal yang perlu diperhatikan. Sebagai produsen, Anda perlu tahu bagaimana pelanggan memandang harga produk, mis. B. kualitas kain, jenis kain apa dan bagaimana dengan pola dan warna kain. Dengan mengetahui persepsi pelanggan maka akan tercipta gambaran yang memungkinkan pelaku usaha untuk mengurangi kesalahan dalam pengambilan kebijakan, karena kesalahan terkecil akan sangat mempengaruhi jumlah penjualan.

Ada persaingan ketat apakah Anda suka atau tidak pertanyaan Toko kain gratis Tasikmalaya Enyah selalu memperbarui di bawa Menginginkan Pelanggan, itu Di mana? Azad Store Tasikmalaya diperlukan Enyah untuk menyesuaikan bahkan ke: Kondisi lingkungan itu kompleks dan: terus berubah dan berkembang. Secara praktis Kedai Azad Tasikmalaya mampu mempertahankan posisinya di wajah kontes itu ditemukan sesuatu Ini bisa terlihat keluar penghasilan itu diterima dari Tahun ke: Tahun itu cukup luar biasa, yang dapat dilihat dari grafik penjualan berikut.

Tabel 1
Data Transaksi Pendapatan Toko Kain Azad Tasikmalaya Tahun 2018-2020

No	Bulan	Pendapatan (Rp)		
		2018	2019	2020
1	Januari	20.550.300	21.350.300	16.870.800
2	Febuari	19.200.700	21.580.900	16.530.900
3	Maret	19.976.000	21.976.300	16.926.200
4	April	20.309.700	20.469.800	17.365.500
5	Mei	22.380.900	25.480.700	20.780.600
6	Juni	21.900.500	23.489.500	20.400.500
7	Juli	20.965.800	23.335.800	17.925.800
8	Agustus	20.680.400	22.983.500	16.380.900
9	September	21.875.800	21.172.500	18.970.500
10	Oktober	22.755.700	22.714.100	19.755.700
11	November	20.800.500	22.800.000	20.300.200
12	Desember	24.890.900	25.900.500	21.608.900

Sumber: Toko Kain Azad Tasikmalaya (2021)

Hal ini dapat dilihat dari Tabel 1 di atas Pendapatan dari Toko Kain Azad Tasikmalaya meningkat signifikan pada tahun 2018-2019, namun menurun pada tahun 2020, penurunan tersebut lebih disebabkan oleh melambatnya perekonomian akibat wabah Covid-19 yang melanda Indonesia, sehingga dapat dikatakan tinggi. Hasil penjualan, tentu saja tidak ada bencana alam pengaruh keluar seri faktor tidak benar hanya adalah sistem pemeliharaan itu Sehat Sistem: pemeliharaan itu Oke itu diadakan keluar Toko Kain Azad Tasikmalaya Cantik benar sekali dan: konsekuensi melalui itu pelanggan diharapkan.

Namun dari pengamatan awal, muncul beberapa fenomena terkait kualitas pelayanan pabrik Kedai Azad Tasikmalaya, antara lain:

1. persepsi bahwa mereka tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh karyawan dan bahwa karyawan tidak memeriksa secara menyeluruh produk yang dijual. Misalnya, menurut pelanggan, rekan toko tidak memberikan perhatian yang sama kepada setiap pelanggan yang masuk
2. Masih terdapat fasilitas dan bantuan bagi pelanggan yang belum cukup dan membuat nyaman bagi pelanggan. Misalnya, kurangnya tempat parkir khusus untuk toko pakaian longgar memaksa pelanggan untuk memarkir mobil mereka cukup jauh dari toko kain Azad.

Tinjauan Pustaka

Demi memuaskan pelanggannya, Toko Azad Tasikmalaya harus memberikan pelayanan yang berkualitas. Dimana pelayanan diberikan dalam rangkaian kegiatan yang terintegrasi yang jelas, terbuka, lancar, akurat, lengkap, adil, dan dapat diakses.

Laut (Tjiptono, 2017, hlm. 77) mengusulkan untuk menilai layanan yang biasanya dinilai oleh pelanggan *tidak berwujud, variabel, tidak dapat dibagi, dan fana* berdasarkan karakteristik atau faktor berikut:

1. fisik (*berwujud*), termasuk aset fisik, peralatan, karyawan, dan komunikasi.
2. Keandalan *adalah* kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Responsiveness, khususnya kesediaan staf dan rekanan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang responsif.
4. keselamatan, termasuk pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan keandalan karyawan; bebas dari bahaya, risiko atau keraguan.
5. Empati, meliputi hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman akan kebutuhan pelanggan.

Kedai Azad Tasikmalaya adalah toko kain di distrik Sihidung Tasikmalaya. Tempat ini adalah tempat orang membeli kain dan pakaian. Persaingan antara bisnis ini dalam kehidupan saat ini lebih banyak ketat dan: lebih banyak membuka Jadi, kepuasan pelanggan prioritas yang

sangat tinggi. Pelanggan sangat memilih di memilih tempat Untuk bisnis itu nyaman aman, murah dan janji , sebaik memuaskan bahkan Jadi pengusaha bisa memiliki pekerjaan Masalah.

Harus ada lebih banyak pengusaha untuk memecahkan masalah ini peka terhadap keinginan atau harapan pelanggan. Selain itu, pesta Manajemen juga harus mampu mengelola dan mengimplementasikan strategi Apa yang dimaksud dengan strategi pemasaran dalam pemasaran terkelola? keluar Ukuran kualitas pemeliharaan itu Menyimpulkan Menyimpulkan kepercayaan (*Keandalan*) dengan perawatan yang tepat dan benar, penampilan fisik dan: bukti hanya (*signifikan*) dengan SDM dan: sumber energi Lain memadai, *responsif* , kecepatan melayani , *memastikan* moral juga dalam pelayanan penyayang (*penekanan ditambahkan*) melalui untuk mengetahui Menginginkan dan: kebutuhan Pelanggan begitu dengan kualitas layanan desain ini yang lebih baik akan diberikan. Itu juga Pelanggan merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan pelanggan Jangan pergi ke toko kain itu Lain.

Metode Penelitian

Metode penelitian secara umum didefinisikan sebagai metode ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan aplikasi tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini memberikan gambaran faktual tentang kualitas pelayanan Azad Store di Tasikmalaya. Pengetikan deskriptif bertujuan untuk menghasilkan layar/gambar/deskripsi fakta dan karakteristik suatu populasi atau wilayah tertentu secara sistematis, faktual, dan menyeluruh.

Informan dalam penelitian ini adalah orang atau pelaku yang benar-benar mengetahui dan memiliki masalah serta terlibat langsung dalam masalah penelitian. Menggunakan metode penelitian kualitatif erat kaitannya dengan faktor kontekstual, sehingga dalam hal ini sampel mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari berbagai sumber. Tujuan kedua informan adalah untuk menelaah informasi yang menjadi dasar dan rancangan teori yang dibangun.

Penelitian kualitatif bukan soal jumlah informan, tapi bisa Tergantung pada keluar sesuai baik atau tidak pilihan direktori kunci dan: kompleksitas keluar berbagai fenomena Sosial itu diperiksa. bagian belakang untuk direktori itu Tangan kedua di untuk mempelajari Ini terpilih menggunakan teknik sampling *tertarget* dan *teknik snowball sampling*. Sepakat (Sugiyono, 2016, hlm. 218-219) .

ditargetkan contoh adalah Teknologi mengambil Sampel sumber tanggal-tanggal ini melalui Catatan tentunya Misalnya, pertimbangan khusus ini adalah orang yang paling banyak diberi pertimbangan tahu apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa Jadi Menginginkan memudahkan peneliti untuk mempelajari objek/situasi Sosial diperiksa. *Pengambilan sampel* bola salju adalah teknik pengambilan sampel Sumber data sampel, yang kecil, membutuhkan banyak waktu tumbuh. Hal ini terjadi karena banyaknya sumber data yang bit tidak dapat memberikan data yang cukup, seperti ini Mencari laki-laki Lain sekali lagi itu bisa Tangan kedua bagaimana sumber tanggal-tanggal ini.

Informan penelitian ini terdiri dari informan primer (informan primer) dan informan pendukung . Berdasarkan kriteria di atas, penulis memilih dan menentukan informan toko Azad di Tasikmalaya .

1. Pemilik

2. Karyawan
3. Pelanggan:

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kualitas pelayanan adalah usaha untuk menerjemahkan segala hal yang berkaitan dengan pelayanan, produksi, manusia, proses, lingkungan serta kebutuhan dan keinginan pelanggan ke dalam bentuk produk atau jasa yang diharapkan dapat memenuhi harapan dan kepuasan masyarakat sebagaimana terpenuhinya pelanggan. Secara umum kualitas pelayanan harus memenuhi harapan pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka. Meskipun definisi tersebut ditujukan kepada konsumen jasa, namun bukan berarti penyedia jasa harus memenuhi semua kebutuhan pelanggan dalam menentukan kualitas jasa. Kualitas pelayanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi pengguna jasa terhadap pelayanan yang mereka terima dengan pelayanan yang sebenarnya mereka harapkan. Kualitas layanan dapat dinilai dengan menggunakan dimensi layanan sebagai berikut:

berwujud (bukti fisik). Dimensi ini merupakan kemampuan penyedia jasa untuk menunjukkan eksistensinya kepada masyarakat. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan, serta kondisi lingkungan, memberikan bukti nyata atas jasa yang diberikan oleh penyedia jasa, termasuk fasilitas fisik tempat jasa tersebut berada. Teknologi (perangkat dan perangkat yang digunakan) serta tampilan pengguna jasa. Secara singkat dapat diartikan sebagai penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan personel.

mulai keputusan wawancara mungkin terlihat banyak kategori itu *penting* (Tampilan orang luar dan: nasihat infrastruktur) adalah tidak benar satu Variabel dasar informan menunjukkan bahwa CV Azad Tasikmalaya adalah PNS yang baik dalam bertugas ditampilkan keluar terlihat karyawan Kondisi tempat Pemeliharaan/ Lingkungan dan ketersediaan alat atau sarana dan prasarana Cantik konsekuensi melalui kualitas itu ditemukan CV Azad di Tasikmalaya.

penting adalah kemampuan beberapa perusahaan di menunjukkan ada ke: berpesta luar perspektif orang luar dan: kemampuan berarti dan: infrastruktur secara fisik perusahaan dan: Kondisi lingkungan sekitar adalah bukti nyata keluar pemeliharaan itudisediakan oleh pemasok produk, termasuk fasilitas fisik (gedung, gudang dan: Lain dan lainnya.), Gigi, dan: gigi itu Tangan kedua (Teknologi), sebaik terlihat karyawan konsekuensi (Lupiyoadi, 2013, hlm. 182). *Tangible* adalah layanan yang dapat terlihat, nyata dan nyata, maka aspek ini merupakan kriteria penting terhadap kualitas layanan. Barang bagus *bahan* mempengaruhi _ persepsi pelanggan dan: jika *penting* buruk seperti ini pengguna Keramahan akan canggung dan pasti akan *keluar dari mulut ke mulut* Lain. Pada dasarnya ini adalah konsep sumber dasar harapan pelanggan. *penting* ok kemudian harapan dan persepsi pelanggan akan menjadi lebih tinggi:

berhubungan dengan keputusan untuk mempelajari itu diadakan menunjukkan bahwa penerapan kualitas pelayanan CV Azad Tasikmalaya terlihat sempurna. *Signifikan* milik infrastruktur ini tidak dihiraukan, pengguna jasa merasa puas dengan tampilannya karyawan Kondisi lingkungan dan: Alat Membantu: atau berarti infrastruktur melihat Sehat Jadi pengguna pemeliharaan merasa nyaman jika membuat kesepakatan di CV Azad Tasikmalaya dan: di memberikan layanan itu diberikan keluar CV Azad Tasikmalaya, JadiPublisitas puas

dengan layanannya . Artinya kualitas pelayanan CV Azad Tasikmalaya *didasarkan pada tangibles yang* dibuktikan dengan penampilan pegawai, kondisi lingkungan dan ketersediaan alat atau sarana dan prasarana yang baik dan sesuai. Sebagian besar informan mengatakan penampilan pekerja, kondisi lingkungan, alat atau sarana, dan prasarana sudah baik dan memadai.

CV Azad Tasikmalaya mengutamakan kualitas karyawan .Salah satu faktor di balik toko. yang ditentukan oleh berbagai aturan tindakan itu diadakan keluar karyawan di kali ini kerja di CV Azad Tasikmalaya cinta untuk mengatur sekitar berarti infrastruktur pemandangan ini pemeliharaan itu dipegang dan lainnya dan lainnya.

Kualitas layanan karyawan mana yang menjadi tolak ukur atau? Referensi untuk melakukan item pekerjaan yang terkait dengan fitur dan alat Evaluasi pekerjaan menurut teknis, administrasi, dan: prosedural konsekuensi melalui sistem metode kerja dan: sistem kerja pada Mata kerja itu terpengaruh. CV Azad Tasikmalaya memberi kualitas Layanan dengan staf yang Tangan kedua bagaimana dasar Hukum jika terjadi Perilaku buruk menginstruksikan karyawan untuk disiplin yang sama di tempat kerja dan bagaimana dalam pedoman untuk melaksanakan pekerjaan setiap hari

Artinya kualitas pelayanan CV Azad Tasikmalaya didasarkan pada hal tersebut dengan kualitas pekerja toko kelontong yang terbukti ada Aturan itu untuk mengatur sekitar gaun yang indah berarti - infrastruktur Melayani, dan: Lain dan lainnya. mulai keputusan wawancara mayoritas direktori untuk mengatakan resume ini azad tasikmalaya sudah memiliki standar pelayanan yang baik seperti aturan sekitar terlihat karyawan berarti infrastruktur dan Lain dan lainnya.

Faktor selanjutnya adalah kenyamanan lokasi pelayanan sangat mempengaruhi proses pelayanan. Penyedia layanan harus lebih fokus pada kenyamanan penyedia layanan, karena jika pengguna layanan merasa nyaman dengan apa yang telah disediakan, penyedia layanan akan baik-baik saja, tetapi di sisi lain, jika pengguna layanan masih tidak nyaman, itu akan menjadi buruk. Dampak pada Penyedia Layanan.

Indikator kedua adalah *reliabilitas* . Indikator ini adalah kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan seperti yang dijanjikan, akurat dan andal. Keandalan petugas dalam memberikan pelayanan membantu masyarakat untuk menerima pelayanan dengan cepat dan mudah. Keandalan tercermin dari ketepatan pelayanan, kemampuan dan pengalaman pegawai menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan. Keandalan adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, dan memuaskan.

Dalam penelitian ini *dimensi keandalan* ditentukan oleh indikator yaitu ketepatan pegawai dalam melayani pengguna jasa, pabrik Kedai Azad Tasikmalaya memiliki ukuran ketepatan atau tidak, kemampuan pegawai dalam menggunakan alat dalam proses pelayanan , keahlian karyawan; proses pelayanan.

Keandalan berkaitan erat dengan faktor kenyamanan, yaitu memberikan kemudahan dalam menerima pertanyaan pelanggan, memberikan kemudahan dalam memberikan pelayanan seperti nomor telepon yang memudahkan belanja, pemesanan produk, pembayaran, dan lain-lain. Harapan pelanggan akan kenyamanan dengan layanan ini di Harapan: pelanggan bisa selesai keluar CV Azad Tasikmalaya dengan memenuhi harapan pelanggan seperti ini

kepuasan emosi itu terjadi (*positif penafian*). Pelanggan senang dengan itu, pelanggan demi pelanggan puas dia Menginginkan membuat kesepakatan kembali di Azad Tasikmalaya CV.

Juga permainan yang mereka dapatkan untuk harganya itu dia di sisi Juga bisa membuat pelanggan senang menurut ~~teori~~ keadilan atau teori *keadilan distributif* dimana *imbalance* yang dibutuhkan seseorang dari pertukaran satu dengan yang lain proporsional dengan investasi. Berdasarkan *teori real estat*. Perasaan dendam yang muncul dari keyakinan bahwa norma-norma sosial adalah telah terluka. Menurut teori ini, norma digunakan yang mengklaim bahwa Setiap pihak dalam pertukaran harus diperlakukan secara adil. Jadi Kepuasan terjadi ketika rasio hasil dan kontribusi masing-masing pihak dipertukarkan kurang lebih sama. Di sisi lain, ketidakpuasan pelanggan muncul meyakini itu hubungan keputusan dan: investasi lagi buruk keluar perusahaan/penyedia jasa. Pelanggan akan puas jika biayanya dia di sisi sebanding melalui pemeliharaan itu dia menerima perhatian Apa? itu pelanggan Harapan melalui Apa? itu dia menerima membuat pelanggan merasa senang melalui pemeliharaan itu diberikan CV Azad Tasikmalaya, dan membuatnya menjadi puas.

Artinya kualitas pelayanan CV Azad Tasikmalaya didasarkan pada hal tersebut keluar Kenyamanan pelanggan kali ini Putra menggunakan membuat kesepakatan Beli CV di Azad Tasikmalaya. Terbukti oleh pelanggan ingin meminta penawaran pembelian dari CV Azad Tasikmalaya like kehadiran media sosial seperti WA untuk melakukan pemesanan; sehingga memudahkan pelanggan untuk memesan CV Azad Tasikmalaya mayoritas direktori untuk mengatakan itu Kenyamanan itu diberikan CV Azad Tasikmalaya banyak Membantu: dia

Mengenai waktu, berdasarkan hasil wawancara dengan pelapor, peneliti menemukan konsep waktu proses, yang merupakan salah satu konsep dasar yang ditunjukkan oleh ketepatan karyawan dalam bekerja, disiplin waktu, misalnya penggunaan waktu kerja secara optimal.

Itu waktu pemeliharaan adalah ketepatan waktu itu mengharapkan lanjutan melalui waktu proses atau larutan Pengiriman, presentasi dan: jaminan atau jaminan dan: Merencanakan Keluhan menurut Sianipar (Tjiptono, 2011, hal. 129) Waktu penyelesaian yang cepat adalah ukuran kepuasan Klien di mana waktu penyelesaian akurat dan efisien Memengaruhi pada persepsi pengguna pemeliharaan Tinggi dan: berlawanan dengan jika waktu Tidak sesuai tanggal-tanggal ini tidur dan: Tidak efisien seperti ini persepsi pelanggan Menginginkan buruk ke: kualitas melayani dalam sesuatu Ini Ketepatan waktu dan kecepatan dalam memberikan pelayanan Staf CV Azad Tasikmalaya dikeluarkan untuk pengguna diperlukan konsekuensi atau waktu itu berjanji pada awalnya Jadi pengguna pemeliharaan untuk mengetahui jika selesai dan jangan merasa down.

Artinya kualitas pelayanan CV Azad Tasikmalaya didasarkan pada waktu pengerjaan yang cepat yang dibuktikan dengan disiplin waktu. Karyawan telah mempraktikkan disiplin waktu dalam proses kerja, termasuk ketepatan waktu dan kecepatan kerja. Dari hasil wawancara sebagian besar informan mengatakan bahwa CV Azad Tasikmalaya mempraktikkan disiplin waktu seperti ketepatan waktu dan ketepatan waktu, bahkan waktu yang dijanjikan selalu tepat.

Di CV Azad Tasikmalaya layanan telah *meningkatkan tingkat kehandalan*. Penilaian kualitas yang dilakukan pada dimensi ini sesuai dengan harapan masyarakat meliputi ketepatan

petugas dalam memberikan pelayanan kepada pengguna jasa, ketepatan memiliki atau tidak memiliki standar yang jelas, dan kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu dalam penggunaan proses pelayanan. Namun dalam implementasinya sudah ada indikator berbasis masyarakat, seperti pengalaman pegawai dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan di CV Azad Tasikmalaya.

Selama penyampaian layanan, masyarakat akan mengevaluasi kinerja dan kemampuan staf dalam memberikan proses layanan. Keahlian staf CV Azad Tasikmalaya sangat penting karena keahlian staf ini menentukan keberhasilan layanan. Kemampuan karyawan dalam menggunakan alat bantu di CV Azad Tasikmalaya semuanya mumpuni di bidangnya masing-masing seperti komputer dan alat mekanik lainnya.

Kapasitas personel CV Azad Tasikmalaya tidak lagi dipertanyakan dalam hal penyediaan layanan. Karena *prosedur operasi standar* akan melayani tujuan bila diimbangi dengan keandalan atau kemampuan karyawan yang baik untuk melayani masyarakat.

Selain itu, dimensi ketiga adalah *dimensi responsif*. Dimensi ini merupakan kesediaan untuk membantu pengguna jasa dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dengan memberikan informasi yang relevan dengan kebutuhan pelayanan secara jelas. Membuat pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi negatif terhadap kualitas layanan. Secara singkat dapat diartikan sebagai kesediaan untuk membantu pengguna jasa dengan baik dan cepat.

Jawaban: ke sesuatu Ini sikap Mencari itu ditampilkan keluar karyawan itu membentuk beresonansi ke: Setiap orang Harapan: itu diberikan ke: Pelanggan, dilakukan pemeliharaan melalui hati-hati, sopan santun Mereka diharapkan dapat bekerja dengan cepat dan efisien di dilakukan kewajiban pada saat yang sama ramah dan: Membantu: dalam berurusan dengan pelanggan. Resume Azad Tasikmalaya menawarkan kritik yang baik dalam berurusan dengan pelanggan atau ketika Bertemu dengan pelanggan dan bertanggung jawab jika ditemukan Harapan:

Artinya kualitas pelayanan CV Azad Tasikmalaya didasarkan pada hal tersebut dengan ketanggapan atau ketanggapan yang ditunjukkan oleh sebagian besar informansiapa bilang CV Azad Tasikmalaya menjawab Oke ketika pelanggan membutuhkannya.

Komunikasi lebih lanjut itu Oke melalui pelanggan Menginginkan membuat jembatan yang baik sebagai penghubung. permintaan pelanggan dapat dibagikan, dan otobiografinya adalah Azad Tasikmalaya sendiri tahu apa yang diinginkan pelanggan. Melalui komunikasi Hubungan yang baik akan terjalin antara customer dengan CV Azad Tasikmalaya Jadi upaya menjaga kepuasan pelanggan bisa tiba.

Artinya kualitas pelayanan CV Azad Tasikmalaya dilandasi oleh komunikasi yang baik, yang dibuktikan oleh CV Azad Tasikmalaya yang selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan cara berkomunikasi yang baik dengan pelanggan, masing-masing pihak berkomunikasi dua arah sehingga tidak terjadi kesalahpahaman, perasaan sebab. saling pengertian, memiliki kesamaan sehingga kita dapat memberikan kontribusi positif. Dengan cara ini, kedua belah pihak saling diuntungkan. Khusus untuk pelanggan, ada jembatan antara keinginan mereka untuk membuat mereka puas.

Faktor selanjutnya adalah sikap pegawai dalam melayani pengguna jasa. Dari hasil wawancara terlihat bahwa sikap pegawai merupakan salah satu variabel yang mendasari temuan informan bahwa CV Azad Tasikmalaya adalah pelayan masyarakat yang baik dalam pelayanan yang menunjukkan sikap pegawai yang ramah, sopan dan beretika. .

Sikap adalah kualitas yang dapat dipelajari yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang terhadap objek, peristiwa, atau makhluk hidup lainnya. Kelompok sikap yang penting adalah sikap kita terhadap orang lain (Kotler, 2018, hlm. 122) . Oleh karena itu, sikap pada dasarnya dapat dipandang sebagai kecenderungan untuk bertindak dengan cara tertentu . Dalam hal ini, manifestasi perilaku akan ditandai dengan munculnya kecenderungan baru yang berubah terhadap objek, sistem nilai, peristiwa, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan, kualitas pelayanan di CV Azad Tasikmalaya terlihat sudah optimal. Sikap staf yang meliputi keramahan dan kesopanan tidak luput dari perhatian CV Azad Tasikmalaya. Agar pengguna jasa merasa nyaman berbisnis dengan CV Azad Tasikmalaya. sehingga masyarakat puas dengan sikap staf CV Azad Tasikmalaya.

Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Di CV Azad Tasikmalaya, kualitas pelayanan dapat dievaluasi pada lima dimensi: *tangible, reliability, responsiveness, trust dan empati* .

- a. ukuran bukti Fisik (*tangible*) , yang memiliki indikator penampilan, kemudahan, kenyamanan dan penggunaan alat , dimensi ini diterapkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, terbukti karena tidak ada keluhan dari pengguna jasa tentang *indikator nyata. tingkat* .
- b. *Reliability* yang memiliki standar akurasi, kemudahan penggunaan, kapabilitas dan keahlian yang jelas, menggunakan kriteria tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat, terbukti karena tidak ada keluhan dari pengguna jasa mengenai *indikator dimensi reliabilitas* .
- c. *Dimensi* daya tanggap _ _ yang memiliki indikator respon cepat, akurat, tepat waktu dan respon terhadap keluhan pengguna jasa, dimensi ini dilaksanakan sesuai dengan keinginan masyarakat, terbukti tidak ada keluhan pengguna jasa mengenai indikator tersebut. *Saat mengukur tanggung jawab* .
- d. Dimensi keamanan *yang* memiliki indikator jaminan ketepatan waktu dan jaminan kepastian biaya dilaksanakan sesuai dengan keinginan masyarakat, terbukti tidak ada keluhan dari pengguna jasa mengenai dimensi jaminan indikator .
- e. Dimensi empati *yang* mengutamakan kepentingan pengguna jasa secara ramah, tidak diskriminatif, dan saling menghormati dilaksanakan sesuai dengan keinginan masyarakat, yang tidak didukung oleh adanya keluhan dari pengguna jasa. Mengenai indikator *tingkat empati*.

I. bibliografi

Kotler, KLK & P. (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12* (edisi ke-12; J. Purba, ed.). Jakarta, Indonesia. pt. Indikator:

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa 1* .
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (Edisi Terbaik). Bandung: Curriculum Vitae. Alfabet:
- Tjiptono, F. (2011). *Service Management Menerapkan Service Excellence* (edisi ke-2). Yogyakarta: daftar riwayat hidup. Dan saya.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran (Alokasi Pelanggan, Pasar, Branding, Produk, Harga) Edisi ke -4* . Yogyakarta: ANDI.