



BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

ABSTRAKSI

Alifbata Putra Hasanuddin Pasiama (44208010095)
Persepsi Pelanggan Pada Kualitas Jasa Di Distro Deadseventies Jakarta Barat
i – xi + 81 halaman + lampiran

Kualitas jasa merupakan salah satu faktor penting dalam mengukur persepsi pelanggan yang positif kepada perusahaan. Hubungan baik yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan harus terus ditingkatkan agar perusahaan memiliki citra yang baik di mata masyarakat khususnya pelanggan di Distro Deadseventies Jakarta Barat. Hal tersebut juga merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan di bidang industri Distro dengan kegiatan *clothing* dalam mencapai keberhasilan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pelanggan pada kualitas jasa di Distro Deadseventies Jakarta Barat. Kerangka teori yang digunakan adalah “Kualitas Jasa (*Service Quality*)” Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dengan menekankan pada lima dimensi untuk mengukur kualitas jasa yaitu *Tangible, Responsiveness, Reliability, Empathy, dan Assurance*.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survey yaitu dengan menyebarkan kuisioner langsung kepada pelanggan. Jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 788 orang pelanggan. Berdasarkan teknik penarikan sampel secara *accidental sampling*, maka diperoleh besarnya jumlah sampel sebanyak 89 responden. Pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert.

Hasil penelitian Persepsi Pelanggan Pada Kualitas Jasa di Distro Deadseventies Jakarta Barat Customer adalah Puas dalam dimensi *Tangible, Responsiveness, Reliability, dan Empathy* serta Sangat Puas pada dimensi *Assurance* dengan perolehan nilai total mean sebesar 6817. Dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh *Store Man* memiliki pengaruh positif pada persepsi pelanggan di Distro Deadseventies Jakarta Barat.