

ABSTRAK

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan XL Center Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus di XL Center Bintaro)

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Kualitas pelayanan merupakan ukuran selisih antar perbedaan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu, bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, serta memberikan perhatian. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Harapan dan persepsi mempengaruhi nasabah dalam menentukan produk. Beberapa waktu lalu XL Center Bintaro menerima *complain* dari nasabah mengenai pelayanan terutama untuk pelayanan di bagian CS. Pelanggan mengeluh karena merasa kurang dilayani dengan baik terutama untuk masalah antrian dan waktu pelayanan yang kurang cepat. Untuk itu perlu diketahui tingkat pelayanan XL Center Bintaro serta gap nya dengan harapan Pelanggan. Data diperoleh dari pengukuran variabel/atribut pelayanan, melalui penyebaran kuesioner penyebaran kuesioner, Metode yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis*. pelayanan yang diberikan oleh XL Center Bintaro dengan harapan yang diinginkan pelanggan Rendah hanya 63%. XL Center Bintaro harus lebih sering melakukan pelatihan mengenai kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Kata Kunci : Pelayanan, Harapan, Kinerja

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

Analysis of Customer satisfaction to service Center XL Using Method Importance Performance Analysis (Case Study at XL Center Bintaro)

Service is any action or activity that can be offered by one party to another. Quality of service is a measure of the difference between the expectations of consumers with the services provided by the company. There are five dimensions of service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Customer satisfaction is influenced by the perception of service quality product quality, price and the factors that are personal, and that is the situation for a moment. Customer expectations and perceptions influence in determining the product of a bank. Some time ago XL Center Bintaro receive complaints from customers regarding service especially for services at the CS. Customers complained of being poorly served particularly well for a problem queuing and less service time cepat. Untuk is necessary to know the level of service of XL Center Bintaro and its gap with customer expectations. Data obtained from the measurement variables / service attributes, using questionnaire distributed questionnaires method used is the Importance Performance Analysis. between the services provided by the XL Center Bintaro the desired expectations of customers Low only 63%, XL Center Bintaro need for more frequent training on good quality services so as to improve the quality of services that meet customer expectations.

Keyword : Service, Expectation, Performance

UNIVERSITAS
MERCU BUANA