

## **ABSTRACT**

*Approach to discover customer expectations is needed to improve the competitiveness of the university. This study aims to determine the characteristics of services which do not satisfy customer expectations and provide advice on improving service quality Admission and Promotion Bureau Universitas Bakrie. This research used ServQual method to measure customer expectations and perceptions. Information was gathered by a questionnaire with Likert scale. Proceed with observation and interviews with Universitas Bakrie management to analyze of the Quality Function Deployment (QFD) by the House of Quality (HOQ) first stage. The results show that 17 indicators in five dimensions ServQual have greater customer expectations of perception. Dimensions tangibles on the first rank of customer dissatisfaction. Generally, the service characteristics in Admission and Promotion Bureau did not meet customer expectations include unoptimal the use of communications technology, registration facilities were inadequate, and service staff Admission and Promotion Bureau did not maximal yet. Then followed sequentially reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The main recommendation in this research is the provision of adequate communication tools to cut the distance between the consumer and Admission and Promotion Bureau and internal member Admission and Promotion Bureau. The findings in this research may help management to enhance service quality to increase customer satisfaction.*

*Key words: quality, service, admission and promotion, ServQual, QFD, HOQ*

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing universitas, diperlukan pendekatan untuk mengetahui harapan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan karakteristik pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan dan memberikan saran tentang peningkatan kualitas pelayanan Bagian Admisi dan Promosi Universitas Bakrie. Metode yang digunakan adalah ServQual untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan. Informasi dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert. Kemudian dilanjutkan dengan observasi dan wawancara dengan pihak manajemen untuk analisis *Quality Function Deployment* (QFD) dengan *House of Quality* (HOQ) tahap pertama. Hasil penelitian ini adalah sejumlah 17 indikator dalam 5 dimensi ServQual menunjukkan harapan pelanggan lebih besar dari persepsi. Dimensi bukti langsung menempati urutan pertama ketidakpuasan pelanggan. Kemudian disusul secara berurutan kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Secara umum karakteristik pelayanan di Bagian Admisi dan Promosi yang belum memenuhi harapan pelanggan meliputi penggunaan teknologi komunikasi yang belum optimal, fasilitas pendaftaran yang belum memadai, dan pelayanan staf Bagian Admisi dan Promosi yang belum maksimal. Rekomendasi utama dalam penelitian ini adalah penyediaan alat komunikasi yang memadai untuk mendekatkan antara konsumen dan staf Bagian Admisi dan Promosi maupun sesama staf Bagian admisi dan Promosi. Temuan dalam penelitian ini dapat membantu manajemen dalam melakukan peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas, pelayanan, admisi dan promosi, ServQual, QFD, HOQ



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA