

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA AIR FRESHENER TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CV ZHAFIRA DI KOTA BANJARBARU

ABSTRAK

Kalamsyah Hidayat¹, Farida Yulianti², Ervica Zamillah³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 17.31.0126

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1121076901

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1130077601

Email : Kalam.ezr88@gmail.com

Kualitas pelayanan sangat perlu diperhatikan agar pelanggan tetap bertahan terhadap jasa maupun barang yang ditawarkan. Kualitas layanan apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan aset bagi suatu perusahaan, dengannya perusahaan akan mendapatkan banyak keuntungan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Sampel yang diambil sebanyak 30 sampel responden dengan menggunakan teknik Insidental Sampling. Pengumpulan data diambil dengan menggunakan beberapa teknik yaitu Wawancara tertulis, Observasi dan Dokumentasi. Serta teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. CV Zhafira adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang penyedia barang dan jasa. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan CV Zhafira melalui kelima indikator kualitas pelayanan dinilai sangat baik terbukti dengan banyaknya jawaban positif dibandingkan dengan jawaban negatif. Meskipun demikian untuk mempertahankan loyalitas pelanggan harus memperhatikan keluhan serta segera memperbaiki.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Quality of service is very important so that customers continue to stick to the services and goods offered. Service quality, if managed properly, contributes positively to the realization of customer satisfaction and loyalty. Customer loyalty is an asset for a company, which the company will get many benefits. This type of research is qualitative research. Samples were taken as many as 30 samples of respondents using the Incidental Sampling technique. Data collection was taken using several techniques, namely written interviews, observation and documentation. And the data analysis technique used is descriptive qualitative. CV Zhafira is a company engaged in providing goods and services. Based on the research results, the service quality of CV Zhafira through the five service quality indicators is considered very good, as evidenced by the number of positive answers compared to negative answers. However, to maintain customer loyalty, you must pay attention to complaints and immediately fix them.

Keywords: Service Quality, Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan isu krusial bagi setiap perusahaan, apapun yang dihasilkan. Apa Itu kualitas pelayanan? Menurut Ibrahim dalam Hardiyansyah (2011:40) Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut.

Kualitas pelayanan sangat perlu diperhatikan agar pelanggan tetap bertahan terhadap jasa maupun barang yang ditawarkan. Kualitas layanan apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas memberikan nilai tambah berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk tetap menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang. Maka dari itu perusahaan perlu memiliki pengetahuan atau strategi dalam pelayanan yang diberikan agar kualitas pelayanan yang diberikan berjalan semaksimal mungkin dan tidak menimbulkan masalah.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi produk/jasa, pelanggan yang menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan. Tantangannya, penilaian konsumen terhadap kinerja layanan yang diterimanya bersifat subyektif, karena tergantung persepsi masing-masing individu.

Mewujudkan kualitas pelayanan tidak semudah apa yang dikatakan, banyak faktor penghambat yang mengakibatkan pelayanan menjadi buruk. Jasa bersifat *inseparability* yang artinya produksi dan konsumsi dilakukan secara bersamaan. Ketika penawaran antara produsen dan konsumen

terjadi, banyak hal yang dapat membuat kualitas pelayanan menjadi buruk misalnya seperti tidak terampil dalam melayani pelanggan, penampilan yang tidak sopan, kurang ramah, dan lain-lain.

Pelayanan menjadi ujung tombak bagi perusahaan, dengannya perusahaan dapat dipandang baik atau buruk oleh para konsumen. Maka dari itu perusahaan juga perlu memilih atau memperkerjakan orang yang handal dalam urusan pelayanan agar mendapat para pelanggan loyal dan tidak terjadi masalah di masa yang akan datang.

Pelanggan merupakan seseorang yang terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Mempertahankan loyalitas pelanggan bagian terpenting dari perusahaan, karena dari merekalah roda bisnis dapat terus berjalan. Dengan mempertahankan loyalitas pelanggan banyak keuntungan yang didapatkan. Pelanggan biasanya orang yang sudah percaya dengan pelayanan atau produk yang kita ditawarkan, sehingga perusahaan dapat menawarkan atau meyakinkan produk lain dengan mudah.

Dengan pelanggan yang loyal, perusahaan dapat menghemat biaya dan waktu promosi karena pelanggan yang percaya dengan apa yang kita tawarkan maka mereka akan merekomendasikannya kepada orang lain. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan. Mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Manfaat dari loyalitas pelanggan adalah berkurangnya pengaruh serangan dari para kompetitor dari perusahaan sejenis. Tidak hanya kompetisi dalam hal produk namun juga kompetisi

dalam hal persepsi. Selain itu pelanggan yang loyal dapat mendorong perkembangan perusahaan dengan memberikan ide atau

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yang mana penulis menggambarkan dan menjelaskan fakta yang sebenarnya dilapangan untuk di

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dimensi *Tangible* (Bukti nyata)

Bagaimana penampilan pekerja CV Zhafira dalam melayani pelanggan?. Pada indikator ini dalam penampilan pekerja pelayanan CV Zhafira apakah berpenampilan bersih dan rapi. Penampilan rapi dan bersih merupakan hal yang mencerminkan profesionalisme pekerja. Dengan penampilan bersih dan rapi dapat meningkatkan kepercayaan diri, memberi kesan baik terhadap orang lain dan membuat orang nyaman.

Hasil wawancara dengan bapak Wahyu selaku direktur CV Zhafira mengatakan “dalam pelayanan, setiap pekerja dituntut agar berpenampilan bersih dan rapi seperti memakai baju kerja CV Zhafira, sepatu pantofel dan memakai parfum apalagi produk dan jasa yang dijual berkaitan dengan wewangian dan kebersihan agar tidak dipandang bertolak belakang dengan produk dan jasa yang dijual”.

Untuk mengetahui apakah benar yang disampaikan penyedia jasa tersebut saya sebagai penulis melihat aktivitas kerja pelayanan jasa Air Freshener secara langsung serta penulis menanyakan atau mewawancarai para pelanggan “bagaimana penampilan para pekerja CV Zhafira dalam pelayanan kepada pelanggan?”. Berdasarkan jawaban narasumber bahwa 30 orang (100%) “menyatakan bersih dan rapi” dalam

2. Dimensi *Realibility* (Kehandalan)

saran kepada perusahaan agar meningkatkan kualitas produknya. (Lovelock & Wirtz, 2011: 338).

analisis. Dalam penelitian ini peneliti menggambarkan tentang kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan CV Zhafira di kota Banjarbaru.

pelayanan yang diberikan, dan tidak ada yang menyatakan “kotor dan tidak rapi”.

Apakah peralatan dan perlengkapan dalam pelayanan jasa Air Freshener CV Zhafira lengkap?. Hasil wawancara bapak Wahyu selaku direktur CV Zhafira mengatakan “setiap melakukan pelayanan kami mempersiapkan dahulu peralatan dan perlengkapan yang akan dipakai pada saat pelayanan, peralatan dan perlengkapan tersebut seperti pembersih, cadangan baterai, cadangan kaleng pengharum ruangan dan lain-lain” Dari penjelasan tersebut bahwa CV Zhafira menggambarkan kesediaan dan kelengkapan pada saat pelayanan.

Untuk membuktikan hal itu benar, saya sebagai penulis melakukan wawancara dan observasi secara langsung dilapangan pada saat pelayanan kepada pelanggan CV Zhafira. Penulis menanyakan kepada pelanggan “apakah peralatan dan perlengkapan dalam pelayanan jasa Air Freshener CV Zhafira lengkap?”. Berdasarkan jawaban narasumber bahwa 30 orang (100%) menyatakan “lengkap” dan tidak ada yang menyatakan tidak lengkap.

Kualitas pelayanan CV Zhafira terhadap loyalitas pelanggan sudah sangat baik terlihat tidak ada masalah dan keluhan yang dihadapi perusahaan dan persepsi berbanding sama dengan ekspektasi pelanggan.

Bagaimana proses pelayanan pekerja CV Zhafira dalam melayani pelanggan ?.

Dalam proses pelayanan para pekerja CV Zhafira telah berupaya melakukan kemudahan bagi para pelanggannya dengan menjelaskan produk dan jasa yang ditawarkan dan menangani semua hal yang berkaitan dengan produknya agar tidak menimbulkan kebingungan dalam pemakaiannya serta tidak merepotkan pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara kepada bapak Wahyu selaku direktur CV Zhafira yang mengatakan “kami tidak sekedar menjual produk Air Freshener tetapi kami juga menjual jasa, untuk itu kami benar-benar melayani para pelanggan dengan baik serta sebelum para pelanggan membeli, akan diberitahu jadwal pengisian, perawatan alat pengharum ruangan dan segala urusan yang berkaitan pemakaian pada produk Air freshener untuk pelanggan, CV Zhafira yang menanggungnya”.

Penulis melakukan wawancara kepada para pelanggan CV Zhafira terkait dengan proses pelayanan. penulis menanyakan “bagaimana proses pelayanan jasa Air Freshener yang dilakukan pekerja CV Zhafira?”. Berdasarkan jawaban narasumber bahwa 26 orang (86,7%) “menyatakan proses pelayanan baik” dalam pelayanan yang diberikan, sebanyak 2 orang (6,7%) “proses pelayanan buruk”.

Apakah pelayanan sesuai dengan permintaan yang diinginkan pelanggan?. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar harus tepat janji bila menjanjikan

3. Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Bagaimana pekerja CV Zhafira menanggapi keluhan-keluhan pelanggan?. Setiap pelayanan yang diberikan harus mampu meyakinkan dan memberikan kepuasan. Ketika pelayanan berlangsung ada saja keluhan yang dihadapi perusahaan. Untuk itu saya sebagai penulis menanyakan

sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, agenda perlu disusun dengan teliti. Dalam pelayanan hendaknya disesuaikan dengan permintaan para pelanggan, maka dapat dilihat pelayanan yang diberikan CV Zhafira dari hasil wawancara kepada bapak Wahyu selaku direktur mengatakan ”Pelayanan yang diberikan kami sesuaikan dengan permintaan, misalnya ada yang ingin penyemprotan mesin pengharum ruangan 4 menit sekali maka kami akan setting sesuai keinginan para pelanggan dan ada juga yang ingin pengecekan atau perawatan mesin pengharum ruangan dua kali sebulan maka kami akan lakukan”

Adapun hasil wawancara kepada para pelanggan CV Zhafira yang mana penulis menanyakan “apakah pelayanan yang diberikan sesuai dengan permintaan?” Berdasarkan jawaban narasumber 28 (93,3%) orang menyatakan “pelayanan sesuai” dalam pelayanan yang diberikan dan 2(6,7%) orang menyatakan “pelayanan tidak sesuai” dalam pelayanan yang diberikan.

Dari kedua indikator didalam dimensi realibility terdapat banyak jawaban positif dibandingkan dengan jawaban negatif. Jadi, kualitas pelayanan CV Zhafira sudah sesuai dengan harapan pelanggan untuk itu sudah sangat baik terhadap loyalitas pelanggan. Akan tetapi CV Zhafira harus memperbaiki keluhan yang diterima agar loyalitas pelanggan tetap tercipta.

“bagaimana CV Zhafira menanggapi keluhan pelanggan?”.

Hasil wawancara kepada bapak Wahyu yang menyatakan bahwa ”ketika ada keluhan, kami langsung segera menanggapi dan menanganinya seperti mengganti kaleng Air Freshener yang bocor, memperbaiki mesin pengharum ruangan yang rusak dan

mengatasi keluhan lainnya”. Sedangkan salah satu pekerja CV Zhafira yaitu bapak Mulyadi sebagai supervisor mengatakan “keluhan dan masalah yang ada akan tau apabila para pekerja dilapangan melaporkannya, ada beberapa karyawan yang tidak melaporkannya untuk itu saya sering melakukan pengecekan mesin pengharum ruangan untuk mengetahui masalah dan mengantisipasi keluhan yang datang terlebih dahulu”.

Untuk mengetahui secara langsung maka penulis ikut melihat aktivitas pelayanan kepada para pelanggan yang diberikan berkaitan dengan indikator ini serta menanyakan kepada para pelanggan “bagaimana CV Zhafira menanggapi keluhan pelanggan?”. Berdasarkan jawaban narasumber 28 (93,3%) orang menyatakan “sangat menerima dan segera menangani” dalam menanggapi keluhan, 2 orang menyatakan “biasa saja dan cenderung lambat menangani” dalam menanggapi keluhan dan tidak ada yang menyatakan “tidak merespon keluhan”

Apakah para pekerja CV Zhafira melayani pelanggan dengan cepat, tepat dan fokus ? Dalam melayani pelanggan jangan terlihat loyo, lesu atau kurang semangat. Tunjukkan pelayanan yang prima seolah-olah memang sangat tertarik dengan keinginan

4. Assurance (jaminan)

Apakah dalam pelayanan jasa Air Freshener pekerja CV Zhafira menjaga sopan dan santun?. Sikap sopan santun harus di tunjukkan sebelum dan selama proses pelayanan dilakukan, hal ini yang membuat para pelanggan merasa nyaman dan aman. Dalam pelayanan perlu memperhatikan hal ini jangan sampai bertingkah laku yang buruk karena akan membuat reputasi perusahaan rusak dan merugikan perusahaan.

Dari hasil wawancara kepada bapak Wahyu mengatakan bahwa ”Para pekerja harus mengedepankan pelayanan yang baik

dan kemauan pelanggan seperti hasil wawancara kepada supervisor yaitu bapak Mulyadi mengatakan “dalam pelayanan yang diberikan semua karyawan harus memiliki aura semangat, tidak sembrono serta fokus pada pekerjaan dan siap menjawab pertanyaan para pelanggan dengan jawaban yang jelas dan tidak mengada-ngada”.

Untuk mengetahui apakah benar pekerja melayani pelanggan dengan cepat, tepat dan fokus maka penulis meneliti pelayanan yang dilakukan pekerja secara langsung dilapangan dan bagaimana jawaban para pelanggan dari pertanyaan yang penulis tanyakan “apakah pekerja melayani pelanggan dengan cepat, tepat dan fokus?” Berdasarkan jawaban narasumber 28 orang (93,3%) menyatakan “ya” dalam pelayanan cepat, tepat dan fokus sedangkan ada 2 orang (6,7%) menyatakan “tidak” dalam pelayanan cepat, tepat dan focus.

Berdasarkan penjelasan diatas kualitas pelayanan CV Zhafira sudah sangat baik terhadap loyalitas pelanggan, terdapat banyak jawaban positif dibandingkan dengan jawaban negatif. Akan tetapi, sedikitnya jawaban negatif bukan berarti permasalahan kecil, permasalahan tersebut akan menjadi permasalahan besar apabila perusahaan tidak memperbaikinya.

yaitu berperilaku sopan dan santun dengan meminta izin perawatan dan pengecekan mesin pengharum ruangan sebelum masuk kedalam ruangan serta meminta untuk di lihat atau diawasi”. Adapun menurut bapak Mulyadi dalam pengawasan kepada para pekerja pelayanan mengatakan “ ketika pelayanan kita harus memperlihatkan raut muka ceria dan murah senyum supaya pelanggan akrab dan nyaman dalam berkomunikasi”.

Untuk membuktikan dan mengetahui apakah pelayanan CV Zhafira sopan dan santun dalam pelayanannya maka saya

sebagai penulis melihat secara langsung para pekerja dalam melayani pelanggan dan mewawancarai para pelanggan “apakah pelayanan yang diberikan pekerja sopan dan santun?”. Berdasarkan jawaban narasumber semua yaitu 30 orang (100%) menyatakan sopan dan santun dalam pelayanan diberikan.

Apakah pekerja memiliki kompetensi dan pengetahuan yang baik terhadap bidang pekerjaannya?. Pengetahuan kompetensi sangat membantu perusahaan untuk mengetahui sejauh mana seorang pekerja dapat bekerja optimal dan memberikan kontribusi sesuai dengan keinginan perusahaan. Seorang pekerja bertanggungjawab dalam menyelesaikan masalah dan menjalankan tugas serta mentransfer informasi kepada orang lain terkait tugas yang diintruksikan oleh atasan dapat dilihat dari kompetensi yang dimiliki pekerja. Saya mewawancarai bapak Wahyu berkaitan dengan kompetensi dan pengetahuan pekerja pelayanan Air Freshener, Bapak Wahyu mengatakan “sebelum pekerja melakukan pekerjaan pada produk khususnya Air Freshener, para pekerja dikenalkan atau dijelaskan terlebih dahulu produk tersebut sehingga pada saat dilapangan para pekerja dapat menjelaskan

5. Dimensi *Empathy* (empati)

Apakah CV Zhafira melayani dengan tidak membedakan status social ?. Dalam pelayanan hendaknya jangan membedakan status sosial. Setiap pelanggan berhak dihormati dan dihargai agar para pelanggan tidak tersinggung dan tetap membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Penulis melakukan wawancara kepada bapak Wahyu terkait apakah CV Zhafira melayani dengan tidak membedakan status sosial, bapak Wahyu menyatakan “iya, setiap pelayanan dilakukan secara adil dimana pelayanan yang didahulukan berdasarkan siapa yang pertama memesannya dan sesuai agenda yang telah ditetapkan”

dengan jelas dan benar kepada para pelanggan”. Sedangkan pak mulyadi mengatakan “pekerja CV Zhafira memiliki kompetensi masing-masing dalam bidang pekerjaannya, maka dari itu ada pembagian kerja yang disesuaikan berdasarkan keahliannya, pada produk Air Freshener para pekerja cukup kompeten dalam bidangnya seperti mengetahui aroma-aroma apa saja yang pas pada ruangan yang hendak dipasang pengharum ruangan”. Adapun jawaban para pelanggan CV Zhafira terkait dengan “apakah pekerja memiliki kompetensi dan pengetahuan yang baik terhadap bidang pekerjaannya”. Berdasarkan jawaban narasumber 25 orang menyatakan “memiliki kompetensi dan pengetahuan yang baik” dalam pekerjaannya dan 5 orang menyatakan “memiliki kompetensi yang kurang dan pengetahuan kurang” dalam pekerjaannya.

Berdasarkan uraian diatas kualitas pelayanan CV Zhafira cukup baik terhadap loyalitas pelanggan namun terdapat indikator yang memiliki keluhan dengan presentase besar yaitu 16,7% untuk itu agar CV Zhafira memperbaiki segera dan meningkatkan pelayanannya lagi agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan.

Adapun hasil wawancara yang penulis dapat dari pelanggan CV Zhafira berkaitan dengan Apakah CV Zhafira melayani dengan tidak membedakan status sosial dapat dilihat Berdasarkan jawaban narasumber semua yaitu 30 (100%) orang menyatakan “ya” melayani dengan tidak membedakan status sosial dalam pelayanannya.

Bagaimana pelayanan CV Zhafira apabila dihubungi pelanggan?

Dalam pelayanan, apabila pelayanan dihubungi pelanggan maka segera tanggapi dan jangan mengacuhkan atau meninggalkan pelanggan, jika ada yang tidak jelas dalam

proses pelayanan maka jelaskan kembali dengan bahasa baik dan benar. Hasil wawancara bapak Wahyu mengatakan “ketika pelanggan menghubungi maka kami segera tanggap dengan tenang dan tekun mendengarkan apa saja yang menjadi keinginan dan permintaan pelanggan”.

Berdasarkan jawaban narasumber 28 orang (93,7%) menyatakan “cepat tanggap” saat dihubungi pelanggan, 2 orang (6,3%) orang menyatakan “sulit dihubungi” dalam

6. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan asset berharga bagi suatu perusahaan, dengan mempertahankan loyalitas pelanggan artinya perusahaan juga mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Apabila terjadi kesan negatif hendaknya segera diperbaiki. Dengan loyalitas pelanggan banyak pula keuntungan yang didapat seperti menghemat waktu pemasaran, menghemat biaya promosi dan lain-lain.

Bagaimana CV Zhafira mempertahankan loyalitas pelanggan maka melalui wawancara serta observasi kepada pihak perusahaan yaitu bapak Wahyu sebagai pemilik perusahaan mengatakan “untuk mempertahankan pelanggan kami berupaya memberikan kualitas pelayanan yang baik jika ada komplain kami akan segera tangani”.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk tetap berlangganan dengan CV Zhafira maka saya menanyakan para pelanggan “apakah akan tetap berlangganan kepada CV Zhafira?”. Berdasarkan jawaban narasumber ada 28

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa kebanyakan pelanggan CV Zhafira sudah puas terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan meliputi kelima dimensi kualitas pelayanan. Seperti dimensi *tangible* (pekerja memiliki penampilan rapi dan bersih serta peralatan dan perlengkapan dalam pelayanan

merespon saat dihubungi pelanggan dan tidak ada yang menyatakan “tidak peduli”.

Kualitas pelayanan CV Zhafira yang dinilai dalam indikator ini sudah sangat baik terhadap loyalitas pelanggan khususnya pada hal yang berkaitan bahwa CV Zhafira tidak membeda-bedakan pelayanan berdasarkan status sosial atau memprioritaskan orang tertentu sehingga pandangan pelanggan terhadap perusahaan CV Zhafira baik.

(93,7%) orang yang menyatakan “tetap” dalam berlangganan dan ada 2 (6,3%) orang menyatakan “ragu-ragu”.

Hasil penelitian yang dilakukan berkaitan dengan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan CV Zhafira, kualitas pelayanan yang diberikan sangat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Terdapat 28 orang dari 30 orang yang ingin tetap menjadi pelanggan CV Zhafira karena kualitas pelayanan dinilai baik sesuai dengan persepsi dan harapan pelanggan, namun ada 2 orang ragu-ragu apakah masih akan tetap berlangganan dengan CV Zhafira ataupun tidak. Ini tidak lain disebabkan ada beberapa masalah atau komplain terhadap pelayanan yang diberikan. Agar pelanggan berhenti ragu-ragu untuk berlangganan kepada CV Zhafira maka hendaknya dari pihak CV Zhafira segera melakukan perbaikan dan tidak mengulangi kesalahan yang dibuat.

sudah lengkap, *reliability* (pekerja dalam proses pelayanan sudah sangat baik dan pelayanan yang diberikan sesuai dengan permintaan), *responsiveness* (sangat menerima serta segera menangani keluhan dan pelayanan yang diberikan cepat, tepat dan fokus), *assurance* (dalam pelayanan

pekerja menjaga sopan dan santun serta pekerja memiliki kompetensi dan pengetahuan yang baik terhadap bidang pekerjaanya) dan *emphaty* (dalam pelayanan tidak membedakan status sosial dan cepat tanggap ketika dihubungi atau memiliki perhatian kepada pelanggan). Namun ada beberapa keluhan atau masalah yang dihadapi dalam kualitas pelayanan meliputi kelima dimensi kualitas pelayanan walaupun terdapat banyak jawaban positif dibandingkan dengan jawaban negatif. Tidak ada alasan untuk segera memperbaiki dan meningkatkan pelayanan. Seperti *reliability* (proses pelayanan buruk karena masih salah dan lupa dan jadwal pelayanan tidak sesuai dengan yang ditetapkan serta aroma produk yang disediakan tidak sesuai dengan permintaan), *responsiveness* (dalam menanggapi keluhan biasa saja dan cenderung lambat menangani) dan *assurance* (pekerja memiliki kompetensi kurang dan pengetahuan kurang karena dalam pekerjaanya pekerja tidak bisa menjelaskan dengan baik produk dan cenderung tidak tahu), *empaty* (sulit dihubungi atau kurang perhatian) adapun

DAFTAR PUSTAKA

- Arini, I. D., & Suprajang, S. E. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 4(1), 103-110.
- Familiar, K., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal*, 4(4).
- Fandy Tjiptono. 2011. *Pemasaran Jasa, Banyumedia*, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

dalam dimensi *tangible* CV Zhafira tidak memiliki masalah maupun keluhan.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas pelanggan. Dari kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut akan menghasilkan persepsi dan ekspektasi terhadap kualitas pelayanan. Apabila persepsi kualitas pelayanan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka kualitas pelayanan dikatakan baik dan begitu juga sebaliknya apabila persepsi kualitas pelayanan tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau cenderung kurang maka kualitas pelayanan dinilai buruk. kualitas pelayanan CV Zhafira mempengaruhi loyalitas pelanggan, dari kualitas pelayanan yang diberikan ada 28 orang yang masing ingin berlangganan dan 2 orang masih ragu-ragu dan bahkan dapat berhenti berlangganan. Pelanggan yang masih ingin berlangganan dengan CV Zhafira, tidak lain karena kualitas pelayanan CV Zhafira sudah sesuai dengan ekspektasi pelanggan sedangkan yang masih ragu-ragu dikarenakan kualitas pelayanan CV Zhafira kurang atau tidak sesuai ekspektasi pelanggan.

- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa: (Strategi, Mengukur*
- Ginting, Nembah F. H. *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Yrama. Widya, 2011
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*). Deepublish.
- Kusnadi, R., Wijaya, A. F., & Tanaem, P. F. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Serasi Autoraya (TRAC) Semarang. *Sebatik*, 23(1), 28-35.

- Lupiyoadi, Rambat. 2011, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik*, UI Press, Jakarta.
- Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, ed. 3, Salemba empat, Jakarta.
- Normasari, S. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan Survei Padatamu Pelanggan Yang Menginap Di Hotel Pelangi Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2).
Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Philip dan Kevin L. Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2 ed. 13, Alih Bahasa: Bob Sabran, (2012), Erlangga, Jakarta.
- Pongoh, M. E. (2013). Kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan kartu as telkomsel di kotamanado. *Jurnal EMBA: Jurnal Rise tEkonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Prihandoyo, C. (2018, March). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Prasmanan Cocom Balikpapan. In *Prosiding SNMEB (Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi Bisnis)*.
- Putriansyah, Y. N., & Priansa, D. J. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Koperasi Nusantara Bandung Tahun 2020. *eProceedings of Applied Science*, 6(2).
- Rahmawati, Y. O., Kusniawati, A., & Setiawan, I. (2019). Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Pada Konsumen Bahana Ciamis). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(4), 102-115.
- Sinurat, E. S., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mobil Suzuki ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Sukmawati, I., & Massie, J. D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Di mediasi Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Tjiptono, Fandi. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* Edisi 2. 2012.
- Wati, N. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan pada Bidang Pengiriman Barang untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan PT. Pos Indonesia Kantor Pos (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Yang dikutip oleh Etta, M. K., Sangadji, M., & yang dikutip oleh Etta, M. P. A. Kualitas Pelayanan 1. Pengertian Kualitas Pelayanan. *Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru 1441 H/2020 M*, 32. Muchlisin, R. (2016). *Kualitas Pelayanan Pelanggan*.
- Yasri, Y. (2014). Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Pemerintahan di Kota Padang.

