

KEBIJAKSANAAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN STUDI PADA PERUSAHAAN THELICIOUS CAKE

Muhammad Rezky Mubaraq¹, Dr.H.Mohammad Zainul.S.E,M.M.², Prihatini Ade Mayvita.S.E,M.M.³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 17310229

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1105076601

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1119037201

Email : muhammadrezkymubaraq870@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan bisnis masa kini telah berkembang dengan sangat pesat. Bisnis yang serupa juga semakin banyak. Sehingga akan menumbuhkan semakin banyak pesaing, terutama dalam bidang kuliner. Hal ini akan mendorong lahirnya persaingan di dunia produksi dan pemasaran produk tersebut agar mampu bertahan atau bahkan menguasainya. Apalagi di tengah ramainya bermacam-macam kuliner yang ada, seorang pengusaha harus bisa menarik banyak konsumen kepada produk yang dijualnya. Segala usaha akan ditempuh untuk mencapai target dan tujuan yang diinginkan. Sebuah usaha yang ingin memenangkan persaingan atau tetap dapat bertahan tentunya memerlukan strategi – strategi dalam menghadapi pesaingnya. Tujuan dari penelitian ini adalah meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) ingin mengetahui bagaimana kebijaksanaan peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Thelicious Cake, (2) ingin mengetahui kendala yang dihadapi oleh Thelicious Cake, (3) ingin mengetahui upaya apa yang dilakukan oleh Thelicious Cake, dan (4) ingin mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Thelicious Cake selama ini.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan metode Miles dan Huberman.

Hasil penelitian menunjukkan : (1) tingkat kepuasan pelayanan Thelicious Cake selama ini sudah cukup baik dengan memperhatikan dimensi kualitas pelayanan yaitu : bukti fisik, keandalan, jaminan, ketanggapan dan empati. (2) kendala yang dihadapi oleh Thelicious Cake yaitu : bahan-bahan produk yang sulit dicari, alat pembuatan, dan kualitas karyawan. (3) upaya yang dilakukan oleh Thelicious Cake yaitu, memiliki beberapa pemasok bahan, menyediakan lebih banyak alat yang mumpuni, dan memberikan bimbingan kepada karyawan. (4) kualitas pelayanan yang seharusnya dilakukan oleh Thelicious Cake yaitu : meningkatkan kualitas produk dengan kemasan yang menarik, menyediakan tempat parkir untuk pelanggan, menyediakan tempat cuci tangan, dan mengganti dekorasi secara berkala.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan; Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Today's business development has grown very rapidly. There are more and more similar businesses. So it will grow more and more competitors, especially in the culinary field. This will encourage the birth of competition in the world of production and marketing of these products in order to survive or even master them. Especially in the midst of the hectic variety of culinary available, an entrepreneur must be able to attract many consumers to the products he sells. Every effort will be taken to achieve the desired targets and goals. A business that wants to win the competition or stay afloat certainly requires strategies in dealing with its competitors. The purpose of this research is to improve the quality of service in order to increase customer satisfaction.

This study aims to: (1) want to know how the policy of improving the quality of service carried out by Thelicious Cake, (2) want to know the obstacles faced by Thelicious Cake, (3) want to know what efforts Thelicious Cake is making, and (4) want to know the level of customer satisfaction of Thelicious Cake so far.

This type of research is descriptive qualitative with data collection methods through observation, interviews and documentation. The data analysis technique is the Miles and Huberman method.

The results of the study show: (1) The level of satisfaction of Thelicious Cake's service so far has been quite good by taking into account the dimensions of service quality, namely: physical evidence, reliability, assurance, responsiveness and empathy. (2) the obstacles faced by Thelicious Cake, namely: product ingredients that are difficult to find, manufacturing tools, and the quality of employees. (3) efforts made by Thelicious Cake, namely, having several suppliers of ingredients, providing more qualified tools, and providing guidance to employees. (4) the quality of service that should be carried out by Thelicious Cake, namely: improving product quality with attractive packaging, providing parking spaces for customers, providing hand washing facilities, and changing decorations regularly.

Keywords : Service Quality; Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis masa kini telah berkembang dengan sangat pesat. Salah satu contoh perubahan tersebut adalah dalam hal teknologi dan gaya hidup, dimana hal ini tidak terlepas dari pengaruh globalisasi yang kini terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek dan produk yang bersaing dalam pasar semakin banyak. Ditambah dengan kondisi pandemi COVID-19 yang melanda saat ini, banyak orang yang mencoba peruntungan dengan membuka usaha rumahan sendiri. Sehingga akan menumbuhkan semakin banyak pesaing, terutama dalam bidang kuliner. Hal ini akan mendorong lahirnya persaingan di dunia produksi dan pemasaran produk tersebut agar mampu bertahan atau bahkan menguasainya. Apalagi di tengah ramainya bermacam-macam kuliner yang ada, seorang pengusaha harus bisa menarik banyak konsumen kepada produk yang dijualnya. Segala usaha akan ditempuh untuk mencapai target dan tujuan yang diinginkan. Sebuah usaha yang ingin memenangkan persaingan atau tetap dapat bertahan tentunya memerlukan strategi – strategi dalam menghadapi pesaingnya.

Swastha D. (2014) berpendapat bahwa manajemen pemasaran adalah perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pemasaran secara total termasuk perumusan tujuan, kebijakan dalam pemasaran, program pemasaran dan strategi pemasaran dengan tujuan menciptakan pertukaran dan memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen baik individu atau organisasi. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan dalam menerapkan strategi pemasaran seperti, mengatur keanekaragaman jenis, memperhatikan kualitas, menentukan desain, menerapkan merek, serta menggunakan kemasan. Elemen produk tersebut merupakan hal yang terpenting, karena tanpa adanya hal – hal tersebut pengusaha akan kesulitan untuk menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikannya. Tentunya kualitas pelayanan yang baik juga akan menimbulkan rasa puas pada pelanggan. Dalam pemasaran produk tidak selamanya akan berjalan dengan lancar sesuai dengan keinginan. Banyak permasalahan yang timbul diantaranya dalam bentuk keluhan, komentar, kritik, saran atau masukan dari konsumen. Berbagai macam keluhan yang membangun akan sangat membantu perusahaan dalam mengembangkan produk agar bisa bertahan.

Menurut Kotler (2019), mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman (2013) yaitu, bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reability*), jaminan (*assurance*), ketanggapan (*responsiveness*), empati (*empathy*). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan kepuasan yang telah terbentuk, sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Akan tetapi dalam melaksanakan semua hal tersebut tentunya harus dipikirkan matang – matang resiko yang akan dihadapi. Resiko tersebut akan menjadi kendala bagi keberhasilan suatu produk yang akan berpengaruh terhadap kelangsungan usaha. Salah satunya adalah penerapan elemen produk yang kurang tepat atau kecerobahan dalam kegiatan operasional akan mengakibatkan konsumen tidak memperoleh kepuasan, sehingga tujuan suatu usaha menjadi tidak tercapai.

Menurut Oliver (2019), kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapan. Ada beberapa faktor yang mendorong kepuasan pada pelanggan dalam Handi Irawan (2014) yaitu, kualitas produk, harga, kualitas jasa, *emotional factor*. Kegiatan operasional perusahaan perlu diperhatikan demi mencapai kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik sehingga menumbuhkan rasa kepuasan pada pelanggan. Dengan menganalisa dari produk itu dibuat sampai produk diserahkan ke tangan pembeli. Tingkatan kepuasan dapat mengacu pada fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja, khususnya kinerja pelayanan dan lain sebagainya dibawah harapan, maka pelanggan akan tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan memberikan ungkapan rasa kepuasannya. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi dari berbagai media. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitive terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan tersebut. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila harapan tidak terpenuhi maka pelanggan akan kecewa. Sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka akan menimbulkan rasa puas.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Thelicious Cake tentang peningkatan kualitas pelayanan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal tersebut dipengaruhi oleh tingkat kualitas pelayanan yang sudah cukup baik, namun belum mencapai tingkat kepuasan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan merupakan faktor yang perlu diperhatikan dalam usaha mencapai tingkat kepuasan yang diinginkan.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan bersifat deskriptif. Subjek dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan produk yang berguna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada Thelicious Cake. Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Ada tiga alur yang dilakukan secara bersamaan pada analisis ini yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Dalam upaya melakukan peningkatan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada saat ini adalah :

(1) Bukti Fisik

Bukti fisik pada Thelicious Cake terlihat sudah cukup baik. Pemilik berusaha mengevaluasi secara berkala dan menerima semua masukan dari para pelanggan, hal itu dilakukan agar dapat memaksimalkan kinerja agar dapat mencapai tujuan. Seperti kemasan produk yang didesain dengan baik dan kekinian, tempat produksi yang terjaga kebersihannya dan tertata dengan baik, dilengkapi dengan dekorasi yang menarik mata dan tersedianya tempat parkir bagi para pelanggan. Ditambah dengan tersedianya tempat cuci tangan dan hand sanitizer gratis untuk pelanggan gunakan sebelum memasuki Thelicious Cake, sehingga mencegah penyebaran virus. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Suwito (2016), yang hasil penelitiannya bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

(2) Keandalan

Standar dari Thelicious Cake dalam hal pelayanan adalah apabila pelanggan merasa puas dengan produk yang dibelinya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang tidak bisa dianggap remeh. Karena hal tersebut mendukung terciptanya loyalitas pelanggan untuk kembali membeli di Thelicious Cake. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Suwito (2016), yang hasil penelitiannya bahwa keandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Untuk mewujudkan hal itu, maka pemilik serta karyawan harus mampu melaksanakan tanggung jawab atau tugasnya masing-masing dengan baik dan tepat sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan. Seperti melayani pelanggan dengan sepenuh hati dan teliti dalam memproduksi dagangannya agar sesuai dengan keinginan pembeli.

Dalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan, maka pemilik melakukan pengawasan langsung pada saat jam kerja karyawan. Hal ini dilakukan agar pemilik bisa mengamati dan memberi arahan langsung kepada para karyawannya. Selain itu, Thelicious Cake juga melakukan review dan meminta umpan balik kepada setiap pelanggan, hal ini dilakukan agar pemilik bisa meninjau sudah sejauh mana peningkatan kualitas perusahaannya. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Sulistyawati dan Seminari (2015), yang hasil penelitiannya bahwa keandalan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

(3) Jaminan

Seorang pimpinan juga harus mengawasi setiap pekerjaan karyawannya dengan baik. Tindakan koreksi yang harus dilakukan agar standar yang telah ditetapkan dapat tercapai secara maksimal untuk kedepannya adalah dengan memperbaiki pelayanan dan melakukan proses produksi dengan lebih teliti, sehingga pelanggan akan merasa puas dengan produk ataupun jasa yang diinginkannya. Karyawan yang memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam memberikan layanan yang sopan dan kompeten sehingga menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan. Semua itu termasuk kedalam jaminan yang diberikan oleh perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Suwito (2016), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

(4) Ketanggapan

Ketanggapan merupakan salah satu pondasi penting dalam melayani pelanggan. Apabila karyawan mampu dalam memberikan pelayanan dan bantuan kepada pelanggan dengan cepat dan tanggap, maka perusahaan tersebut memiliki ketanggapan. Dalam hal ini para karyawan Thelicious Cake sudah cukup cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Hal ini perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan agar perusahaan semakin baik kualitasnya. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Sulistyawati dan Seminari (2015), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

(5) Empati

Kemampuan karyawan Thelicious Cake dalam memberikan layanan yang penuh perhatian kepada pelanggan, tanpa membedakan dan tanpa memandang derajat tertentu, akan membuat pelanggan merasa lebih didengar dan dihargai. Terlihat dari tutur kata dan tingkah laku karyawannya yang sopan dalam melayani pelanggan, sehingga membuat pelanggan puas dengan empati yang diberikan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Sulistyawati dan Seminari (2015), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

2) Pelayanan yang harus ditingkatkan agar pelanggan mendapat kepuasan adalah dengan cara sebagai berikut :

(1) Kualitas Produk

Kualitas produk pada Thelicious Cake terlihat sudah cukup baik. Dari kuesioner yang telah dibagikan diketahui bahwa pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk yang diberikan. Pemilik berusaha mengevaluasi secara berkala dan menerima semua masukan dari pelanggan mengenai kualitas produk. Maka dari itu, diharapkan produk pada Thelicious Cake dapat selalu terjaga kualitasnya. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Farid dan Susanti (2017), yang hasil penelitiannya bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

(2) Harga

Harga pada perusahaan Thelicious Cake sudah cukup baik. Dapat dilihat dari kuesioner yang telah dibagikan diketahui bahwa pelanggan merasa puas dengan harga yang telah ditetapkan, karena kualitas produk yang didapatkan juga sesuai dengan harga yang telah ditetapkan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Maulana (2016), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

(3) Kualitas Jasa

Kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan Thelicious Cake sudah baik dan memenuhi standar. Dari kuesioner yang dibagikan diketahui bahwa pelanggan merasa puas karena memperoleh jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan dari pegawai maupun karyawan perusahaan. Demi menjaga kualitas, pemilik selalu memberikan bimbingan kepada setiap karyawan agar memberikan jasa yang berkualitas kepada pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Suwito (2018), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

(4) Emotional factor

Faktor emosional pada perusahaan Thelicious Cake berpengaruh cukup baik. Terlihat dari kuesioner yang telah dibagikan diketahui bahwa pelanggan merasa puas bukan hanya dari kualitas produk namun juga dari faktor emosional, seperti harga diri atau nilai sosial yang menjadikan pelanggan merasa puas pada Thelicious Cake. Contohnya melayani pelanggan dengan ramah dan tanpa membedakan status. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Wibowati (2021), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

(5) Biaya atau kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa

Biaya pada perusahaan Thelicious Cake sudah cukup baik. Dilihat dari kuesioner yang telah dibagikan diketahui bahwa pelanggan mendapat kenyamanan dan efisien dalam mendapatkan produk atau jasa serta mudah mendapatkan jasa produk sehingga memberikan nilai kepuasan tersendiri kepada pelanggan. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian terdahulu menurut Sulistyawati dan Seminari (2015), yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa faktor biaya dan kemudahan dalam mendapatkan produk jasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

(3) Implikasi Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan pada Thelicious Cake masih kurang maksimal. Menurut penulis hal ini disebabkan oleh kelengahan atau kurangnya kesadaran terhadap pentingnya kualitas pelayanan tersebut. Selain itu, Thelicious Cake juga perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar sesuai dengan standar yang diinginkan. Walaupun kualitas pelayanan yang ada sudah cukup baik, namun tidak ada salahnya jika perusahaan lebih meningkatkan kualitasnya, demi menguatkan perusahaan agar dapat bersaing dalam pasar. Hal ini juga demi pelanggan mendapat rasa puas sehingga tujuan perusahaan juga dapat tercapai.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang kebijaksanaan peningkatan kualitas pelayanan dalam rangka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada perusahaan Thelicious Cake. Berikut ini penulis kemukakan beberapa kesimpulan atas permasalahan yang dibahas adalah sebagai berikut :

1) Tingkat kepuasan Thelicious Cake.

Tingkat kepuasan pelanggan Thelicious Cake selama ini sudah cukup baik dengan memperhatikan dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

- a. Bukti fisik, yaitu sudah baik terlihat dari tempat produksi yang terjaga kebersihannya, kemasan produk yang baik dan dengan desain yang kekinian juga terjaga ke higienisannya. Serta pakaian para pekerjanya yang rapi.
- b. Keandalan, yaitu sudah cukup baik karena produksi siap dan tepat waktu sesuai yang dijanjikan dan sesuai pesanan.
- c. Jaminan, yaitu sudah baik dan terjamin dinilai dari kemampuan para karyawan dalam memberikan pelayanan sopan serta berkomitmen, sehingga menciptakan rasa percaya pada pelanggan terhadap perusahaan.
- d. Ketanggapan, yaitu sudah cukup baik dilihat dari tepat waktu dan tanggap pelayanan dari karyawan, dan memberikan bantuan kepada pelanggan.
- e. Empati, yaitu sudah baik dan sesuai keinginan pelanggan, dilihat dari komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan, perhatian pribadi, serta memahami kebutuhan pelanggan.

2) Kendala yang dihadapi oleh perusahaan Thelicious Cake.

- a. Kendala yang pertama adalah bahan-bahan produk, terkadang bahan yang dibutuhkan tidak tersedia ataupun sulit dicari. Sehingga menghabiskan lebih banyak waktu hanya untuk mencari bahan yang diperlukan.

- b. Kendala yang kedua adalah alat pembuatan. Terkadang alat yang diperlukan tidak memadai ditengah banyaknya pelanggan, sehingga memerlukan lebih banyak waktu dan kesabaran.
 - c. Kendala yang ketiga adalah kualitas karyawan, pemilik tentunya tidak bisa setiap saat melakukan pengawasan. Hal ini menyebabkan berkurangnya kualitas karena terkadang karyawan bisa lalai dalam melakukan banyaknya pekerjaan sekaligus. Namun, perusahaan terus berusaha untuk menyediakan apa yang diinginkan pelanggan dan terus meningkatkan kualitasnya agar pelanggan tidak merasa kecewa dan berujung dengan rasa tidak puas.
- 3) Upaya yang dilakukan oleh perusahaan Thelicious Cake.
- a. Untuk mengatasi masalah bahan, perusahaan pada saat ini sudah memiliki beberapa langganan sebagai pemasok bahan utama. Sehingga memperkecil kemungkinan kesulitan mendapatkan bahan-bahan yang diperlukan.
 - b. Untuk mengatasi masalah alat pekerja, seiring berjalannya waktu perusahaan telah menyediakan lebih banyak alat pekerja yang mumpuni sehingga dapat bekerja lebih banyak dengan waktu yang lebih sedikit. Perusahaan juga telah mempelajari cara perawatan barang atau alat yang baik dan benar sehingga mengurangi resiko kerusakan dalam jangka waktu yang lama.
 - c. Untuk mengatasi masalah kualitas karyawan, perusahaan terus memberikan bimbingan tentang tata cara sebagaimana yang seharusnya dilakukan dalam pekerjaan setiap karyawannya, sehingga karyawan akan memiliki pengetahuan yang cukup dalam melakukan pekerjaannya.
- 4) Kualitas pelayanan yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan Thelicious Cake.
- a. Meningkatkan kualitas produk sehingga semakin baik dan dilengkapi dengan kemasan produk yang menarik dan rapi serta terjaga kehygienisannya.
 - b. Menyediakan tempat parkir untuk para pelanggan, sehingga pelanggan yang datang tidak akan kesusahan memarkirkan kendaraannya. Agar tidak berhamburan dan menyulitkan pengguna kendaraan lainnya.
 - c. Menyediakan tempat cuci tangan dan hand sanitizer untuk setiap pelanggan yang datang, sehingga mencegah rantai dalam penyebaran virus.
 - d. Mengganti dekorasi secara berkala agar pelanggan tidak bosan dan selalu menarik untuk dipandang.

2. Saran

Adapun saran-saran yang penulis berikan untuk perusahaan Thelicious Cake yang diharapkan dapat berguna dalam meningkatkan kualitas pelayanan, baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang adalah sebagai berikut :

- 1) Dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan hendaknya perusahaan melakukan beberapa hal, yaitu memerhatikan setiap detail pesanan pelanggan dengan baik untuk menghindari adanya kesalahan, serta memberikan empati kepada pelanggan agar pelanggan merasa terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan. Agar standar pelayanan yang telah ada juga bisa tercapai.
- 2) Sebaiknya pimpinan memiliki seorang pemasok yang lengkap dan menetap, agar kebutuhan bahan baku akan selalu terpenuhi. Hal ini dilakukan untuk mencegah pelanggan merasa kecewa, karena produk yang dinginkannya tidak tersedia sebab kosongnya bahan baku. Hal ini juga untuk mengantisipasi akan naiknya harga bahan baku yang tidak menentu.
- 3) Sebaiknya pimpinan mengawasi dengan lebih lagi pekerjaan setiap karyawannya. Hal ini dilakukan agar standar yang telah ditetapkan bisa terpenuhi.
- 4) Usaha lain yang dapat dilakukan oleh perusahaan Thelicious Cake adalah dengan memantau keadaan pasar, serta melakukan promosi yang lebih lagi. Seperti memberikan diskon jika pelanggan memesan banyak produk sekaligus. Dengan melakukan hal ini, besar kemungkinan pelanggan tersebut akan melakukan pembelian ulang pada produk kita dan menjadi pelanggan tetap. Hal ini menguntungkan bagi kita jika ingin terus bertahan dalam bersaing bersama pesaing lain.
- 5) Untuk penelitian selanjutnya dapat menambah variabel penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian atau mengubah jenis penelitiannya.

REFERENSI

- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 2013. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1).
- Abdullah, T., dan F. Tantri. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Abdul Manap. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Abubakar, Rusydi. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung.
- Armistead, C.G., G. Clark. (2011). *Customer Service And Support (Layanan dan Dukungan Kepada Pelanggan)*. PT Elex Media Komputindo – Kelompok Gramedia, Jakarta, hal. 43-47.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Andri Feryanto & Endang Shyta Triana. (2015). *Pengantar Manajemen (3 in 1) untuk Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: Mediaterra.
- Basir. (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Pustaka setia, Bandung.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Brady, M.K. dan Cronin, J.J. 2019. Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *The Journal of Marketing* 2019; 65(3): 34 – 49.
- Davis, M. M. and Heineke, J., 2011: *Operations Management – Integrating Manufacturing and Services*. New York: McGraw Hill.
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal of Management*, 2(2).
- Farid. T, Susanti. (2017). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Studi Kasus Pada Perusahaan JNE Cabang Padang. *Journal of Management*, 2(2).
- Freddy Rangkuti. 2017. *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Garvin, D. A. (2019). *Managing Quality*. New York: The Free Press.
- Gronroos, C. (2012). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. Chishester: Jhon Wiley and Sond, Ltd.
- Hasibuan, Malayu. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Heizer, Jay dan Barry Render. (2015), *Operations Management (Manajemen Operasi)*, ed.11, Penerjemah: Dwi anoegrah wati S dan Indra Almahdy, Salemba empat, Jakarta.
- Irawan, A. (2014). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Memilih Program Studi (Studi pada Jurusan Akuntansi dan Jurusan Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol.2, Nomor 2, Juni 2014.
- Joko Suwito. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Global AC Banjarbaru. *Journal of Management*, 2(2).
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kotler, K.(2011). *Manajemen Pemasaran 1*.Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller, 2012, *Marketing Management: 14 Edition*, New Jersey: Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 14 th Edition, Pearson, New Jersey.
- Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. "Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7". Jakarta : Erlangga.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 7(2), 78663.
- Samsuddin, H. (2018). *KINERJA PEGAWAI: Tinjauan dari Dimensi Gaya Kepemimpinan, Budaya Organisasi dan Komitmen Organisasi (Pertama)*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Shelton, Austin M. 2014. *Analysis of Capabilities Attributed to The Fraud Diamond*. Undergraduate Honors Theses. Paper 213.
- Sulityawati, Seminari (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *Journal of Management*, 2(2).
- Swan, J.E., Combs. (2017), "Gaining Customer Trust: A Conceptual Guide for the Salesperson", *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Vol. 5, pp.39-48.
- Anita, Sumarni Bayu. 2014. *Pempek Palembang*. Yogyakarta: Leutikaprio.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- Prasojo, Lantip Diat dan Riyanto. 2018. *Teknologi Informasi Pendidikan*. Yogyakarta: Gava Media.
- P. Joko Subagyo. 2011. *Metode penelitian dalam teori dan praktik*.
- Parinduri, L., Hasdiana, S., Purba, P. B., Sudarso, A., Marzuki, I., Armus, R., ... & Refelino, J. (2020). *Manajemen Operasional: Teori dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis.
- Rusdiana, A. (2014). *Manajemen Operasi*.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Wibowati. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Muarakati Baru Satu Palembang. *Journal of Management*, 2(2).

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2011. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm
6 thed. Mc.Graw-Hill. Boston.