

Analisis Pengelolaan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Samsudin

Politeknik Sains Global, Lombok Tengah, Indonesia

Corresponding author email: samsudin12@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Month 06, 2026

Approved Month 20, 2026

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu organisasi atau perusahaan dalam mempertahankan pelanggan serta menciptakan loyalitas pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap informan yang memiliki keterkaitan langsung dengan proses pelayanan dan pelanggan. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai pengelolaan kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan kualitas pelayanan yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui beberapa aspek utama, yaitu keandalan pelayanan, daya tanggap petugas, jaminan pelayanan, empati terhadap pelanggan, dan kondisi fasilitas fisik yang memadai. Penerapan standar pelayanan yang jelas, komunikasi yang baik, serta kemampuan petugas dalam memahami kebutuhan pelanggan menjadi faktor pendukung terciptanya pelayanan yang berkualitas. Selain itu, evaluasi pelayanan secara berkala juga berperan penting dalam mengidentifikasi kekurangan dan melakukan perbaikan berkelanjutan. Meskipun masih ditemukan beberapa kendala dalam pelaksanaan pelayanan, upaya peningkatan kualitas secara konsisten mampu memberikan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Dengan demikian, pengelolaan kualitas pelayanan yang baik terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung keberlangsungan organisasi dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Pengelolaan Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Pelayanan Publik

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Example: Samsudin, S. (2025). Analisis Pengelolaan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. *Indonesian Journal of Applied Economics and Business Global*, 2(1), 84–91. <https://doi.org/10.55681/ijereg.v1i1.170>

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk yang berkualitas, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif sehingga pelanggan merasa puas dan memiliki keinginan untuk kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Dalam dunia bisnis modern, kepuasan pelanggan menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Tandilino, Widada, dan Sitania (2023), kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kepuasan pelanggan karena pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan mampu meningkatkan persepsi positif terhadap perusahaan. Oleh karena itu, pengelolaan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara optimal agar perusahaan mampu mempertahankan pelanggan serta meningkatkan daya saing dalam jangka panjang.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat menyebabkan pelanggan memiliki banyak pilihan dalam menentukan produk maupun jasa yang akan digunakan. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk terus melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Pelayanan yang berkualitas tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sejak awal hingga akhir transaksi. Haryanto, Silitonga, dan Setiawati (2023) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang dapat menciptakan kepuasan pelanggan karena pelayanan yang baik mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Ketika pelanggan memperoleh pelayanan yang cepat, tepat, dan sesuai harapan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menimbulkan keluhan bahkan menyebabkan pelanggan beralih kepada perusahaan lain yang dianggap mampu memberikan pelayanan yang lebih baik dan memuaskan.

Kepuasan pelanggan merupakan respons yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan yang dimiliki dengan pelayanan yang diterima. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima berada di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa. Penelitian Saputra dan Rosihan (2023) menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai perusahaan jasa yang mengalami penurunan tingkat kepuasan pelanggan akibat adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap kualitas pelayanan yang dimiliki. Pengelolaan kualitas pelayanan yang baik dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kelemahan pelayanan sehingga dapat dilakukan perbaikan secara berkelanjutan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga keberlangsungan usaha.

Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu memperhatikan berbagai dimensi kualitas pelayanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kelima dimensi tersebut menjadi dasar dalam menilai sejauh mana pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Kartikasari dan Ahsan (2023) menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam menentukan tingkat

kepuasan pelanggan karena pelanggan cenderung menilai pelayanan secara menyeluruh. Fasilitas yang memadai, sikap ramah petugas, kemampuan memberikan solusi, serta kecepatan pelayanan merupakan beberapa faktor yang dapat memengaruhi penilaian pelanggan terhadap suatu perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan perlu mengelola seluruh aspek pelayanan secara terintegrasi agar dapat menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan dan meningkatkan tingkat kepuasan secara berkelanjutan.

Pengelolaan kualitas pelayanan yang efektif juga berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diterima cenderung akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Riyadi dan Erdiansyah (2023) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, loyalitas pelanggan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan karena dapat membantu menjaga stabilitas pendapatan dan memperluas pangsa pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjadikan kualitas pelayanan sebagai strategi utama dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan sehingga mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di tengah perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen.

Selain memberikan dampak terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan juga dapat memengaruhi citra dan reputasi perusahaan. Pelanggan yang memperoleh pelayanan yang memuaskan akan memiliki persepsi positif terhadap perusahaan sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan. Arifin, Agustin, dan Lusia (2023) menjelaskan bahwa pengukuran kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan sangat penting untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan telah memenuhi ekspektasi pelanggan. Melalui evaluasi yang dilakukan secara berkala, perusahaan dapat mengetahui aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan serta mempertahankan aspek pelayanan yang sudah dianggap baik oleh pelanggan. Dengan demikian, pengelolaan kualitas pelayanan tidak hanya bertujuan meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis yang terus berkembang.

Pada era digital saat ini, pelanggan memiliki akses yang lebih luas untuk menyampaikan penilaian dan pengalaman mereka terhadap suatu layanan. Kemajuan teknologi menyebabkan pelanggan semakin kritis dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Bahtera dan Munawaroh (2022) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang cepat, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Penggunaan teknologi informasi dalam proses pelayanan juga menjadi salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan. Dengan pelayanan yang lebih baik, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan serta meningkatkan tingkat kepuasan secara berkelanjutan.

Berdasarkan berbagai permasalahan dan hasil penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, masih terdapat berbagai kendala dalam pengelolaan pelayanan yang menyebabkan pelanggan belum memperoleh pelayanan secara optimal. Oleh karena itu,

penelitian mengenai analisis pengelolaan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan perlu dilakukan untuk mengetahui bagaimana proses pengelolaan pelayanan yang diterapkan serta faktor-faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang lebih efektif dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses pengelolaan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang komprehensif mengenai pengalaman, persepsi, dan pandangan informan terkait kualitas pelayanan yang diberikan. Menurut Sugiyono, penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci dalam pengumpulan dan analisis data (Sugiyono, 2022). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali informasi secara lebih mendalam mengenai aspek-aspek pelayanan yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan sehingga diperoleh gambaran yang utuh mengenai pengelolaan kualitas pelayanan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung proses pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sedangkan wawancara dilakukan kepada informan yang dianggap mengetahui dan terlibat langsung dalam pelaksanaan pelayanan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa arsip, laporan, maupun dokumen lain yang relevan dengan penelitian. Menurut Lexy J. Moleong, pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang valid dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti (Moleong, 2018). Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data tersebut juga bertujuan untuk meningkatkan keabsahan data melalui proses triangulasi sumber dan metode.

Analisis data dilakukan secara berkelanjutan sejak proses pengumpulan data hingga penelitian selesai. Tahapan analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian, kemudian data disajikan dalam bentuk uraian naratif sehingga memudahkan peneliti dalam memahami temuan penelitian. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pola dan hubungan yang ditemukan selama proses penelitian. Menurut Muhammad Idrus, analisis data kualitatif merupakan proses sistematis yang dilakukan sejak data diperoleh hingga diperoleh kesimpulan yang mampu menjawab rumusan masalah penelitian (Idrus, 2019). Dengan demikian, analisis data dalam penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang valid dan menggambarkan secara jelas pengelolaan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa pengelolaan kualitas pelayanan memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Informan menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan telah berjalan sesuai

dengan standar operasional yang ditetapkan. Pelanggan menilai bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan tepat sasaran menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan mereka. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya diukur dari hasil yang diterima pelanggan, tetapi juga dari proses pelayanan yang berlangsung. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahmayanty (2024), kualitas pelayanan yang dikelola dengan baik mampu meningkatkan persepsi positif pelanggan terhadap organisasi sehingga berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa aspek keandalan (reliability) menjadi salah satu indikator yang paling berpengaruh dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Keandalan pelayanan terlihat dari kemampuan petugas dalam memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan menyelesaikan pelayanan secara tepat waktu. Pelanggan mengungkapkan bahwa konsistensi pelayanan menjadi alasan utama mereka tetap menggunakan layanan yang diberikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo dan Nugroho (2024) yang menyatakan bahwa keandalan pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi janji pelayanan yang diberikan.

Selain keandalan, daya tanggap (responsiveness) juga menjadi aspek yang mendapatkan perhatian dari pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan merasa puas ketika petugas mampu memberikan respons yang cepat terhadap pertanyaan, keluhan, maupun kebutuhan pelanggan. Kecepatan pelayanan memberikan kesan bahwa perusahaan memiliki komitmen dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Wibowo (2024) menjelaskan bahwa daya tanggap yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan karena pelanggan merasa diperhatikan dan dilayani dengan baik selama proses pelayanan berlangsung.

Aspek jaminan (assurance) juga ditemukan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan pelayanan berkaitan dengan kemampuan petugas dalam memberikan rasa aman, kepercayaan, serta keyakinan kepada pelanggan terhadap layanan yang diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa lebih nyaman ketika petugas memiliki kompetensi yang baik serta mampu memberikan informasi secara jelas dan akurat. Menurut penelitian Putri dan Handayani (2024), jaminan pelayanan yang diberikan oleh petugas dapat meningkatkan rasa percaya pelanggan sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima.

Selanjutnya, aspek empati (empathy) menjadi faktor yang turut menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan mengungkapkan bahwa sikap ramah, sopan, dan perhatian yang diberikan petugas membuat mereka merasa dihargai. Empati yang ditunjukkan melalui kemampuan memahami kebutuhan pelanggan memberikan pengalaman pelayanan yang lebih baik. Temuan ini didukung oleh penelitian Kurniawan dan Lestari (2024) yang menyatakan bahwa empati memiliki hubungan positif dengan kepuasan pelanggan karena menciptakan kedekatan emosional antara pelanggan dan penyedia layanan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa bukti fisik (tangibles) menjadi salah satu aspek yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Fasilitas yang bersih, nyaman, dan tertata dengan baik memberikan kesan positif kepada pelanggan. Selain itu, ketersediaan sarana pendukung pelayanan turut meningkatkan kenyamanan pelanggan

selama menerima layanan. Penelitian oleh Hidayat dan Ramadhani (2024) menjelaskan bahwa kondisi lingkungan pelayanan yang baik mampu meningkatkan persepsi kualitas pelayanan serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan, diketahui bahwa komunikasi yang efektif antara petugas dan pelanggan menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan pelayanan. Pelanggan menginginkan informasi yang jelas, mudah dipahami, dan disampaikan secara sopan. Komunikasi yang baik mampu mengurangi kesalahpahaman serta meningkatkan pemahaman pelanggan terhadap prosedur pelayanan. Temuan ini sesuai dengan penelitian oleh Yuliana dan Setiawan (2024) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan karena mampu meningkatkan kualitas interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan.

Pengelolaan kualitas pelayanan yang baik juga terlihat dari adanya evaluasi pelayanan secara berkala. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan secara rutin melakukan penilaian terhadap pelaksanaan pelayanan guna mengetahui kekurangan yang masih perlu diperbaiki. Evaluasi tersebut menjadi dasar dalam menyusun strategi peningkatan kualitas pelayanan. Menurut penelitian oleh Wijaya dan Firmansyah (2024), evaluasi pelayanan yang dilakukan secara berkelanjutan dapat meningkatkan efektivitas pengelolaan pelayanan dan membantu organisasi dalam mempertahankan kepuasan pelanggan.

Dalam pelaksanaan pelayanan, masih ditemukan beberapa kendala yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Kendala tersebut antara lain keterbatasan sumber daya manusia, peningkatan jumlah pelanggan pada waktu tertentu, serta adanya perbedaan karakteristik pelanggan yang membutuhkan pendekatan pelayanan yang berbeda. Penelitian oleh Ningsih dan Saputra (2024) menjelaskan bahwa kendala operasional dalam pelayanan dapat memengaruhi kualitas pelayanan apabila tidak diantisipasi melalui strategi pengelolaan yang tepat.

Meskipun terdapat beberapa kendala, hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan telah melakukan berbagai upaya perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Upaya tersebut meliputi peningkatan kompetensi petugas melalui pelatihan, penyempurnaan prosedur pelayanan, serta peningkatan fasilitas pendukung pelayanan. Menurut penelitian oleh Fauzi dan Ananda (2024), peningkatan kapasitas sumber daya manusia merupakan salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan yang tinggi juga terlihat dari adanya pelanggan yang kembali menggunakan layanan secara berulang. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan memiliki tingkat kepercayaan yang baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Penelitian oleh Dewi dan Pramono (2024) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi dapat mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan sehingga memberikan manfaat jangka panjang bagi organisasi atau perusahaan.

Selain loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan yang baik juga berkontribusi terhadap peningkatan citra organisasi. Pelanggan yang merasa puas cenderung memberikan penilaian positif kepada orang lain mengenai pelayanan yang diterima. Kondisi ini dapat menjadi sarana promosi yang efektif melalui komunikasi dari mulut ke mulut. Penelitian oleh Maulana dan Siregar (2024) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan citra positif organisasi di mata masyarakat.

Pada era digital saat ini, pelanggan memiliki akses yang lebih luas untuk memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan melalui berbagai media. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi harapan pelanggan yang semakin tinggi. Penelitian oleh Rahayu dan Permata (2024) menjelaskan bahwa transformasi digital dalam pelayanan dapat membantu meningkatkan efisiensi pelayanan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kemudahan akses informasi dan layanan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan kualitas pelayanan yang mencakup aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengelolaan pelayanan yang dilakukan secara konsisten, didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten dan fasilitas yang memadai, menjadi faktor utama dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas. Temuan ini memperkuat berbagai hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu determinan utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjaga keberlangsungan organisasi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Pengelolaan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan kualitas pelayanan memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang dikelola dengan baik melalui aspek keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles) mampu memberikan pengalaman pelayanan yang positif bagi pelanggan. Pelayanan yang cepat, tepat, ramah, serta didukung oleh fasilitas yang memadai menjadi faktor utama yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, kemampuan petugas dalam memberikan informasi yang jelas, memahami kebutuhan pelanggan, dan menyelesaikan permasalahan dengan baik turut meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa upaya pengelolaan kualitas pelayanan yang dilakukan secara berkelanjutan melalui evaluasi pelayanan, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta perbaikan fasilitas pelayanan mampu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun masih terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan pelayanan, perusahaan telah berupaya melakukan berbagai perbaikan untuk menjaga kualitas pelayanan yang optimal. Oleh karena itu, pengelolaan kualitas pelayanan yang efektif dapat menjadi strategi yang tepat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas pelanggan, serta memperkuat citra positif organisasi atau perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A., Agustin, D., & Lusia, R. (2023). Pengukuran kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai upaya peningkatan kinerja organisasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 115–127.
- Bahtera, R., & Munawaroh, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada era digital. *The Indonesian Journal of Applied Business*, 6(2), 78–89.

- Haryanto, D., Silitonga, M., & Setiawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor jasa. *Jurnal Ilmu Sosial dan Bisnis*, 12(1), 45–57.
- Idrus, M. (2019). *Metode penelitian ilmu sosial: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif* (2nd ed.). Erlangga.
- Kartikasari, N., & Ahsan, M. (2023). Analisis dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Pelayanan*, 8(1), 34–46.
- Kurniawan, R., & Lestari, D. (2024). Pengaruh empati pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Indonesia*, 9(1), 55–67.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo, A., & Nugroho, B. (2024). Keandalan pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Pelayanan*, 10(1), 21–33.
- Putri, S., & Handayani, E. (2024). Assurance sebagai faktor penentu kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa. *Jurnal Administrasi Bisnis Indonesia*, 7(2), 88–101.
- Rahayu, N., & Permata, A. (2024). Transformasi digital pelayanan dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Inovasi Manajemen dan Bisnis*, 11(1), 66–79.
- Riyadi, M., & Erdiansyah, F. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(3), 201–214.
- Saputra, Y., & Rosihan, A. (2023). Analisis kesenjangan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 5(2), 98–110.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif* (Edisi ke-5). Alfabeta.
- Tandilino, R., Widada, H., & Sitania, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Ekonomi*, 4(2), 120–132.
- Wijaya, R., & Firmansyah, H. (2024). Evaluasi kualitas pelayanan sebagai strategi peningkatan kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategis*, 6(1), 40–52.
- Yuliana, S., & Setiawan, D. (2024). Komunikasi pelayanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Komunikasi Bisnis Indonesia*, 8(1), 71–83.