

ANALISA KEPUASAN KONSUMEN PADA ARIES TAILOR PEKANBARU

Linda Rotua Hutabarat

NIDN: 0115088504

Dosen Program Studi Perhotelan Politeknik IT&B Medan

ABSTRAKSI

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang sebagai hasil perbandingan antara hasil dari kinerja terhadap suatu produk/jasa dengan harapannya. Kepuasan pelanggan penting untuk menentukan keberhasilan suatu industri terutama industri pelayanan jasa. Kepuasan pelanggan dapat diukur dari kesenjangan (*gap*) antara harapan dan persepsi pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa yang telah diberikan oleh Aries Tailor Pekanbaru dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasanya. Aries Tailor Pekanbaru tetap harus memperhatikan tingkat kebutuhan konsumen terutama dari segi kualitas/produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

Kata Kunci: *kepuasan, konsumen, layanan*

PENDAHULUAN

Semakin maraknya persaingan yang ada dalam setiap bisnis dewasa ini mendorong bagi setiap pembisnis untuk semakin meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap konsumennya sehingga mereka merasa puas. Jika seorang konsumen merasa puas maka ia akan menjadi loyal terhadap suatu produk atau suatu perusahaan.

Dalam industri yang matang ini, penting bagi setiap perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif. Untuk mencapai keunggulan kompetitif, maka perusahaan akan mencoba untuk meningkatkan pangsa pasarnya dengan menurunkan tarif atau harga produknya sehingga konsumen merasa puas akan tarif yang dibebankan. Tetapi tentunya hasil dan kualitas pelayanan juga menjadi pertimbangan lain bagi konsumen untuk dapat menjadi loyal terhadap suatu produk atau perusahaan.

Arti penting suatu perusahaan memberikan kepuasan kepada konsumen dikarenakan dengan kondisi bisnis yang sangat kompetitif sekarang ini, dimana tingkat persaingan yang tinggi dengan diferensiasi produk dan jasa yang begitu beragam, maka kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi suatu hal yang sangat penting. Pada perusahaan kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi sangat penting untuk meningkatkan keuntungan sehingga perusahaan dapat selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Pengukuran kepuasan konsumen ini juga merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, efisien dan efektif.

Selain itu pihak perusahaan baik yang bergerak dibidang jasa maupun manufaktur harus dapat senantiasa memberikan fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini dimaksudkan agar pelanggan menjadi loyal dan kembali menggunakan jasa atau membeli produk mereka dikemudian hari, serta memberikan promosi berupa dari mulut ke mulut (*word of moth*) kepada teman dan kerabat mereka. Apalagi pelanggan yang loyal akan lebih menguntungkan perusahaan daripada pelanggan baru, karena untuk dapat pelanggan baru diperlukan biaya yang tidak sedikit (untuk promosi).

Pelanggan sangat peka terhadap mutu dan pelayanan atas produk atau jasa yang dipilihnya. Loyalitas pelanggan terhadap kualitas jasa tersebut dapat diukur dari terpenuhi tidaknya kebutuhan pelanggan, yang tampak dari sikap perilaku pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan sehingga konsumen merasa puas, maka pihak perusahaan harus mengetahui harapan pelanggan terhadap mereka. Biasanya sederhana saja yang diminta oleh pelanggan atau konsumen yaitu mereka menyukai jasa yang memuaskan dan produk yang baik dengan harga yang sesuai dengan hal itu. Setelah mengetahui harapan pelanggan, pihak perusahaan dapat melakukan upaya-upaya yang efektif dan efisien dalam meningkatkan loyalitas pelanggannya.

Karena itu banyak perusahaan yang berani mengeluarkan anggaran yang cukup besar untuk biaya promosi. Media atau alat promosi yang

sering dilakukan perusahaan antara lain melalui: periklanan, Penjualan Personal, Pemasaran Langsung, Hubungan Masyarakat, dan Promosi Penjualan. Alat alat promosi tersebut dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan dari perusahaan itu sendiri.

Dalam memilih produk, konsumen mempertimbangkan beberapa faktor seperti harga, kualitas produk, merek, dan sebagainya. Dengan adanya merek akan memudahkan bagi masyarakat untuk mengingat suatu produk yang nantinya akan membedakan dengan produk yang lain yang sejenis. Merek pada gilirannya perlu dipersepsikan sebagai produk yang berkualitas tinggi sehingga konsumen dapat memahami sebuah produk hanya melalui fungsi, citra, dan mutu.

Sebenarnya ada banyak faktor yang mempengaruhi suatu konsumen untuk loyal, antara lain faktor harga: seseorang tentu akan memilih perusahaan atau merek yang menurutnya menyediakan alternatif harga paling murah diantarapilihan-pilihan yang ada. Selain itu ada juga faktor kebiasaan, seseorang yang telah terbiasa menggunakan suatu merek atau perusahaan tertentu maka kemungkinan untuk berpindah ke pilihan yang lain akan semakin kecil.

Kepuasan pelanggan juga merupakan aspek yang harus diperhatikan, jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan diberikan tentu saja akan menimbulkan dampak psikologis yang positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas terhadap perusahaan yang memberikan kepuasan tersebut. Jika pelanggan telah memiliki perasaan puas akan pelayanan yang diberikan, dapat dipastikan pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan tidak akan berpaling pada jasa layanan yang lain. Signifikansi loyalitas pelanggan sangat terkait dengan kelangsungan perusahaan dan terhadap kuatnya pertumbuhan perusahaan di masa datang. Oleh karena itu, agar perusahaan mampu mempertahankan tingkat laba yang stabil, saat pasar mencapai kematangan atau kedewasaan dan persaingan bisnis begitu tajam, strategi definisi seperti berusaha untuk mempertahankan pelanggan yang ada saat ini lebih penting dibanding strategi agresif seperti memperluas ukuran pasar dengan menggaet konsumen potensial.

Aries Tailor merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa jahit. Jasa jahit yang ditawarkan untuk pria dan wanita, berupa berbagai macam variasi

produk seperti jas, safari, blezer, seragam kantor, seragam sekolah dan sebagainya.

Aries Tailor berdiri sudah selama 10 tahun dan Selama 3 tahun belakangan ini pertumbuhan konsumen yang menggunakan jasa jahit pada perusahaan mengalami peningkatan bahkan penurunan. Oleh sebab itu masih sangat perlu untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan hasil yang bagus serta harga yang terjangkau sehingga konsumen merasa puas dan menjadi loyal dikemudian hari. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jumlah konsumen Aries Tailor selama periode tiga tahun terakhir.

Tabel 1.1. Jumlah Konsumen Aries Tailor (Tahun 2015, 2016, 2017)

Bulan	Tahun		
	2015	2016	2017
Januari	25	112	220
Februari	30	143	215
Maret	30	155	215
April	32	172	210
Mei	36	165	210
Juni	45	124	155
Juli	45	180	143
Agustus	50	210	135
September	50	195	112
Oktober	75	250	120
November	90	250	110
Desember	90	245	125
Jumlah	598	2201	1970

Sumber : Aries Tailor Pekanbaru Tahun 2018

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa produk seragam kantor dan seragam sekolah pada Aries Tailor Jl. Rajawali Sakti Pekanbaru masih terdapat komplain dari pelanggan yang menandakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan masih belum mencapai target yang diinginkan.

Kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan sangat puas. Kepuasan tinggi akan menciptakan kelekatan emosional terhadap suatu produk, hal ini bukan hanya preferensi rasional saja tetapi realitas. Hasilnya adalah loyalitas pelanggan yang tinggi. Pada hakikatnya, tujuan dari setiap aktivitas pemasaran saat ini yaitu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penciptaan nilai bagi konsumen.

Pentingnya loyalitas pelanggan maka hal ini diteliti mengenai produk yang diproduksi oleh Aries Tailor Pekanbaru, mengingat bahwa semakin banyak jenis ragam merek dan kualitas,

sehingga dituntut adanya loyalitas pelanggan terhadap keputusan dalam pembelian produk tertentu.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Perhatian perusahaan terhadap kepuasan maupun ketidak puasan pelanggan dewasa ini semakin meningkat. Hal ini tampak dengan semakin tingginya persaingan yang terjadi antara produsen yang terlibat dalam kegiatan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang menjadikan kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Dalam hal ini peranan setiap individu dalam suatu perusahaan sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk.

Menurut (Tjiptono, 2011:292) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan, ketidakpuasan muncul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

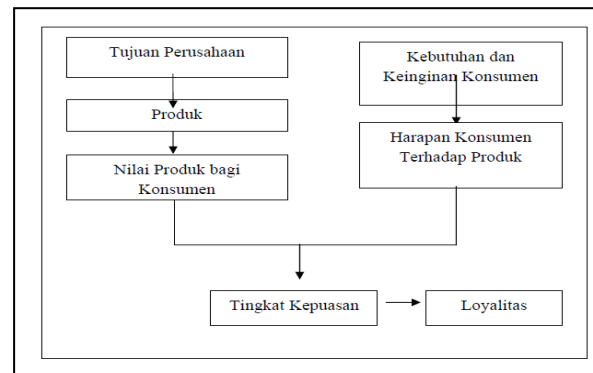
Menurut (Kotler 2006:177), kepuasan adalah perasaan senang dan kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas, Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang.

Pengertian kepuasan maupun ketidak puasan pelanggan menurut Day (Tjiptono, 2004:146) adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Sedangkan menurut Kotler kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Zikmund, McLeod dan Gilbert (Sinaga, 2010:31), kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi setelah pembelian hasil dari perbandingan antara harapan sebelum pembelian dengan kinerja sesungguhnya. Kepuasan pelanggan akan dipengaruhi oleh sistem pengiriman produk, performa produk atau jasa, citra perusahaan, citra produk / merek, nilai harga yang dihubungkan dengan nilai yang diterima pelanggan, prestasi karyawan, keunggulan dan kelemahan pesaing.

Berdasarkan kedua definisi tersebut terdapat kesamaan diantaranya yaitu mengenai

komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang/ jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Secara konseptual, kepuasan pelanggan menurut (Fandy Tjiptono 2004:147) dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan



Sumber : Tjiptono, Fandy (2004), Manajemen Jasa. p. 147.

Gambar diatas menjelaskan, pada umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila pelanggan membeli atau mengkonsumsi suatu produk barang/jasa. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang telah pelanggan terima setelah mengkonsumsi suatu produk yang dibeli.

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Kotler mengemukakan empat metode dalam mengukur kepuasan pelanggan (dalam Tjiptono, 2004:148), yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Sistem keluhan dan saran Adalah sistem yang digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan masukan yang berguna untuk memperbaiki system pelayanan. Setiap perusahaan perlu memberi kesempatan pada konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, maupun keluhan mereka. Biasanya perusahaan menggunakan media kotak saran, kartu komentar, atau saluran telepon khusus.

2. Survey Kepuasan Pelanggan

Penelitian kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survey, misalnya melalui telepon, pos, maupun wawancara pribadi.

3. Ghost Shopping

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai seorang pelanggan, yang kemudian menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk atau jasa pesaing.

4. Lost Customer Analysis

Perusahaan berusaha menghubungi kembali para pelanggan yang telah berhenti atau beralih ke produk atau jasa lain. Metode ini digunakan untuk mencari informasi mengenai penyebab terjadinya hal tersebut demi meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan muncul karena pelanggan merasa puas akan produk (barang dan jasa) dan pelayanan yang sudah diberikan oleh suatu perusahaan, sehingga pelanggan tersebut akan memakai produk itu kembali, Loyalitas pelanggan dapat juga disebut dengan kesetiaan pelanggan. Maka dari itu banyak perusahaan terfokus pada kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan yang tinggi akan menciptakan kesetiaan dan loyalitas terhadap suatu barang dan jasa.

Menurut (Hussein2003:16) Loyalitas konsumen didefinisikan sebagai komitmen pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Sedangkan menurut (Peter Olson 2008:89) loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen dalam membeli barang atau jasa dengan melakukan pembelian ulang barang atau jasa tersebut secara terus-menerus, kebiasaan ini termotivasi dan sulit diubah dalam pembelian barang-barang atau jasa yang sama, sering berakar dalam keterlibatan yang tinggi.

Loyalitas konsumen terjadi karena adanya hubungan yang harmonis antara pelanggan dengan perusahaan dan hubungan harmonis ini tercipta karena adanya kepuasan pelanggan. Loyalitas adalah pembelian kembali karena komitmen terhadap merek atau perusahaan oleh konsumen karena kepuasan dan menimbulkan loyalitas konsumen. *Tujuan utama hubungan pemasaran adalah mencapai hubungan pelanggan dan membangun kesetiaan pelanggan*”.

Pengertian Loyalitas Pelanggan menurut Dwi Kartini Yahya adalah komitmen untuk bertahan secara mendalam untuk

melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Konsep lain mengenai loyalitas pelanggan menyebutkan bahwa konsep loyalitas lebih mengarah kepada perilaku (*behavior*) dibandingkan dengan sikap (*attitude*) dan seseorang pelanggan yang loyal akan memperlihatkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama.

Menurut (Oliver2010:148) mengungkapkan definisi loyalitas pelanggan sebagai berikut: *“Customer Loyalty is deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service consistently in the future, despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior.”* (Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dalam usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku).

Fullerton dan Taylor (Nugroho 2011:17) membagi tingkat loyalitas konsumen dalam tiga tahap, antara lain :

- Loyalitas *advokasi*, merupakan sikap pelanggan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa. Loyalitas advokasi pada umumnya disertai dengan pembelaan konsumen terhadap produk atau jasa yang dipakai.
- Loyalitas *repurchase*, loyalitas pelanggan berkembang pada perilaku pembelian pelanggan terhadap layanan baru yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan, yang ditunjukkan dengan keinginan untuk membeli kembali.
- Loyalitas *paymore*, loyalitas pelanggan untuk kembali melakukan transaksi untuk menggunakan produk atau jasa yang telah dipakai oleh konsumen tersebut dengan pengorbanan yang lebih besar.

Bagi suatu organisasi atau perusahaan, terdapat empat manfaat utama yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan atau loyalitas konsumen, yaitu :

1. Loyalitas meningkatkan pembelian konsumen.
2. Loyalitas konsumen menurunkan biaya yang ditanggung perusahaan untuk melayani konsumen.
3. Loyalitas konsumen meningkatkan komunikasi yang efektif dari mulut ke mulut.
4. Retensi karyawan
Karyawan-karyawan pada bisnis jasa sering dipengaruhi oleh interaksi harian mereka dengan konsumen perusahaan. Karena orang cenderung lebih suka bekerja dengan organisasi-organisasi yang konsumennya puas dan loyal, maka perusahaan yang menunjukkan konsumen dengan loyalitas dan tingkat kepuasan yang tinggi cenderung memiliki tingkat pergantian staf yang lebih rendah.

Adapun ciri-ciri loyalitas konsumen yaitu:

- a. Memiliki komitmen pada merek tersebut.
- b. Berani membayar lebih pada merek tersebut jika dibandingkan dengan merek lain.
- c. Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.
- d. Dalam melakukan pembelian kembali produk tersebut, tidak melakukan pertimbangan.
- e. Selain mengikuti informasi yang berkaitan dengan merek tersebut, juga harus mengikuti perkembangannya.
- f. Dapat menjadi semacam juru bicara dari merek tersebut dan selalu mengembangkan hubungan dengan merek tersebut.

METODE PENELITIAN

penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif yaitu menghasilkan data deskriptif yang berupa fakta, kata-kata tertulis atau lisan dari pemilik tersebut dan orang-orang yang di wawancarai tersebut. Penelitian kualitatif juga merupakan suatu pendekatan individu untuk penyusunan pengetahuan yang menggunakan riset dan menekankan subjektifitas serta arti pengenalan bagi individu. Metode penelitian ini dipilih oleh peneliti untuk mengungkapkan pendapat atau tanggapan pelanggan/masyarakat tentang kepuasan, kerapian kinerja yang diberikan kepada konsumen.

Penelitian ini di lakukan di aries tailor HR. Soebrantas JL. Rajawali Sakti Panam Pekanbaru. Dalam penelitian kualitatif, prosedur terpenting adalah bagaimana menentukan informan kunci, subjek penelitian akan menjadi

informan dan akan memberikan berbagai informasi yang di perlukan penulis. Informan dalam penelitian ini adalah sebagian dari masyarakat sekitar dan salah satu pelanggan Aries Tailor dalam penelitian ini salah satu kunci yang paling utama adalah pemilik Aries Tailor dan tambahan lainnya terdapat pada masyarakat sekitar dan salah satu pelanggan setia Aries Tailor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun analisa yang dilakukan dengan analisa kualitatif dengan mengacu pada hasil interpretasi data informan data tersebut sesuai dengan fokus kegiatan penelitian. Dari seluruh data dan informasi yang telah dikumpulkan, baik melalui studi kepustakaan, melihat kenyataan langsung, wawancara mendalam dengan (interview) dengan informan maupun studi dokumentasi maka dapat diberikan suatu analisa tentang Analisa Kepuasan Konsumen Pada Aries Tailor Pekanbaru.

Dalam suatu perusahaan seseorang pemimpin atau pemilik berperan penting karena dialah yang menggerakkan, membimbing, mengyomi, dan mengarahkan karyawan dalam mencapai tujuan. Setiap pemimpin harus memahami setiap perilaku bawahan yang berbeda-beda, sehingga dapat memberikan pengabdian partisipasinya kepada perusahaan secara efektif dan efisien. Seorang manager harus mampu mengoptimalkan potensi-potensi dan sumber daya yang dimiliki, salah satunya sumber daya adalah manusia yaitu karyawan yang ada di Aries Tailor Pekanbaru. Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari omset perusahaan.

a. Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu ;

1. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil kerja mereka rapi, teliti dan menunjukkan bahwa produk(Bahan) yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa, konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dari atasan maupun karyawan atau sesuai dengan yang diharapkan konsumen.

3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan kualitas dari produk tetapi yang membuat konsumen menilai puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi mendapatkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

b. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya ;

1. Sistem Keluhan Dan Saran

Organisasi yang berpusat konsumen/pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi-informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

2. Ghost Shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan kelemahan produk

perusahaan dan pesaing. berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopping juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. Analisis Pelanggan Hilang

Perusahaan Aries Tailor Pekanbaru menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya wawancara keluar saja yang perlu, tetapi pemantauan tingkat kerugian menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

4. Survey Kepuasan Pelanggan

Umum nya peneliti mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui telpon, wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda(signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, pelanggan yang menjadi informan penulis menyatakan bahwa secara keseluruhan konsumen/pelanggan merasa cukup puas dengan cara kerja dan pelayanan yang didapat dari usaha jahitan Aries Tailor Pekanbaru. Begitupula saat ditanyakan kepada salah satu konsumen yang loyal mengenai kebijakan mengapa mereka sangat loyal terhadap usaha jahitan Aries Tailor Pekanbaru yang menurut mereka telah memberikan nilai kepuasan yang lebih di dapat pada Aries Tailor Pekanbaru.

Dari para informan tersebut didapatkan jawaban bahwa mereka pernah menjadi konsumen Di usaha jahitan tempat lainnya yang berada di Pekanbaru. Bahkan tidak jauh dari tempat usaha Aries Tailor Pekanbaru. Namun mereka tetap saja memilih menjadi konsumen yang loyal kepada usaha jahitan Aries Tailor Pekanbaru, karna menurut mereka di Aries Tailor ini mereka benar-benar mendapat kan kepuasan dari karyawan dan pemilik usaha ini tersebut.

KESIMPULAN

1. Para konsumen menyatakan baik dan cukup puas terhadap pelayanan Aries Tailor Pekanbaru.
2. Antusias para konsumen sangat tinggi akan kesadaran untuk tetap menjadi pelanggan pada Aries Tailor Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Diana (2003), "Kualitas Manajemen" edisi revisi
Andy Yogyakarta.
- Kolter .P. (2007), "Manajemen Pemasaran" edisi
duabelas jakarta.
- Lutfi Arfandi (2011) Jurnal Ilmu Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas
Diponegoro Semarang Dengan Judul
Skripsi " Pengaruh Nilai Pelanggan,
Kepuasan Pelanggan, Terhadap
Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan.
- Mujiharjo (2006) Jurnal Ilmu Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Sumatra
Utara Medan Dengan Judul Skripsi "
Analisa Faktor-Faktor Yang
Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan
Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas
Pelanggan.
- Umar Husein (2003), "Study Kelayakan Bisnis"
edisi tiga Jakarta.
- <http://www.kepuasankonsumen.com>
<http://www.loyalitaspelanggan.com>