ABSTRAK

Penelitian ini menggambarkan tentang kualitas pelayanan perusahaan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen yang mencakup di lima dimensi pelayanan(*tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*). Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

Penelitian ini mencari indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan serta mencari gap antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Dari penelitian ini juga dapat dilihat posisi perusahaan di mata konsumen sehingga dapat dientukan strategi untuk ke depannya.

Penelitian ini sangat bermanfaat untuk acuan bagi perusahaan yang ingin meningkatkan kualitas pelayanannya. Manfaat lainnya adalah dapat memberikan gambaran bagi perusahaan dalam membuat rencana dan strategi yang baik dan terarah untuk mengelola perusahaan kaos dimasa yang akan datang secara efektif dan efisien.

Lokasi penelitian pada kounter penjualan produk Dagadu Aseli Djodja, lantai dasar Malioboro Mall Yogyakarta pada januari 2006 dengan metode Indeks Kepuasan Konsumen dan diagram kartesius. Hasil dari indeks kepuasan konsumen adalah adalah 73,17%