

# Manajemen Pemasaran jasa



betandwin



# Kualitas Jasa

Kualitas Jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.



# Dimensi Kualitas Jasa

1. Tangibles (berwujud) yaitu, penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi
  - Peralatan modern.
  - Fasilitas yang berdaya tarik visual.
  - Karyawan yang berpenampilan rapi dan professiona.
  - Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.



2. Reliability (keandalan) yaitu, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

- Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan.
- Dapat diandalkan dalam menengani masalah jasa pelanggan.
- Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali.
- Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
- Menyimpan catatan atau dokumen tanpa kesalahan.



3. Responsiveness (ketanggapan) yaitu, kemampuan untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa dengan cepat dan tanggap.

- Menginformasikan kepada pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa.
- Layanan yang segera atau cepat bagi pelanggan.
- Kesediaan untuk membantu pelanggan.
- Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.



4. Assurance (keyakinan atau jaminan) yaitu, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

- Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan.
- Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi.
- Karyawan yang secara konsisten bersikap sopan.
- Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan.



5. Emphaty (empati) yaitu, merupakan syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi pada pelanggan.

- Memberikan perhatian individual kepada para pelanggan
- Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian.
- Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan.
- Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan.
- Waktu operasi (jam kantor) yang nyaman.



# Strategi Kualitas Jasa/Layanan

## 1. Atribut layanan pelanggan

Adalah penyampaian layanan atau jasa harus tepat waktu, akurat, dengan perhatian dan keramahan.

## 2. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa

Merupakan aspek penting dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan. Faktor biaya, waktu menerapkan program, dan pengaruh layanan pelanggan.





### 3. Sistem umpan balik untuk kualitas layanan pelanggan

Umpan balik sangat dibutuhkan untuk evaluasi dan perbaikan berkesinambungan. Informasi umpan balik harus difokuskan pada hal-hal berikut: memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan, jasa perusahaan dan para pesaing; mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan; mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar; mengubah kelemahan menjadi peluang berkembang, sebelum pesaing lain melakukannya; mengembangkan sarana komunikasi internal agar setiap orang tahu apa yang mereka lakukan; dan menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan para pelanggan.



## 4. Implementasi

Sebagai bagian dari proses implementasi, manajemen harus menentukan cakupan kualitas jasa dan tingkat layanan pelanggan sebagai bagian dari kebijakan organisasi.



# Meningkatkan Kualitas Jasa

- Mengidentifikasi determinan utama kualitas jasa.
- Mengelola harapan pelanggan.
- Mengelola bukti kualitas jasa yang bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan.
- Mendidik konsumen tentang jasa (membantu pelanggan dalam memahami suatu jasa).



- Mengembangkan budaya kualitas.
- Menciptakan Automating Quality.
- Menindaklanjuti jasa dalam membantu memisahkan aspek-aspek jasa yang perlu ditingkatkan.
- Mengembangkan Sistem Informasi Kualitas Jasa

