

KEPUASAN PELANGGAN

(Service quality, service excellent, service recorvey)

Penulis

Dr. Sugito, SE., M.Si,

Aryani Sairun, SE., M.M

Ikbar Pratama, SE., M.Sc., I.Acc

Winda Mega

Diterbitkan oleh:

Universitas Medan Area Press

KEPUASAN PELANGGAN

(Service quality, service excellent, service recorvey)

Penulis

Dr. Sugito, SE., M.Si,

Aryani Sairun, SE., M.M

Ikbar Pratama, SE., M.Sc., I.Acc

Winda Mega

Editor

Yuan Anisa, S.Si., M.Si

Annisa Zuhaira, S.Kom

ISBN

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian

Atau seluruh isi buku ini tanpa seizin tertulis dari Penerbit

Diterbitkan oleh:

Universitas Medan Area Press

Address: Jalan Kolam Nomor 1, Kenangan Baru, Kec. Percut Sei

Tuan, Deliserdang, Sumatera Utara

Telephone:061-7366878, e-mail: umapress014@gmail.com

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu wata'ala, yang telah memberikan nikmat kesehatan, kesabaran dan ketekunan sehingga Buku monograf ini bisa selesai dan dapat menjadi sebagai referensi bagi para pembaca khususnya di lingkungan Universitas Medan Area tercinta.

Buku monograf ini terdiri dari lima bagian, Bab pertama berisi tentang teori Service Quality dan Mekanisme Quality, Bab kedua mengenai Service Excellent beserta pengertian, prinsip-prinsip, manfaat, indicator, ciri-ciri bahkan sampai factor-faktor judul buku tersebut, Bab ketiga membahas tentang service recorvery mulai dari pengertian, pperkembangan, serta penerapan dari service recorvery, Bab keempat mengenai Customer Staisfaction mulai dari segi dimensi, indikator, serta factor-faktor, Bab kelima Pengaruh Service Quality, Service Excellent Dan Service Recorvery Terhadap Customer Satisfication Studi Kasus Pada Ritel Modern : Metro Pasar Swalayan Jln. Dr. Mansyur Kota Medan

Terimakasih penulis ucapkan kepada berbagai pihak yang telah membantu sehingga dapat diterbitkannya buku ini. Buku monograf ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu segala masukan baik berupa saran maupun kritik yang membangun sangat diharapkan sehingga buku monograf ini dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi para pembacanya.

Penulis berharap semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat sebagai referensi tambahan dalam memberikan kontribusi bagi siapa saja yang ingin belajar dan mendalami tentang Pengaruh Service Quality, Service Excellent Dan Service Recorvery Terhadap Customer Satisfication Studi Kasus Pada Ritel Modern : Metro Pasar Swalayan Jln. Dr. Mansyur Kota Medan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I Service Quality	1
A. Teori Service Quality	1
1. Phillip B. Crosby “ <i>Quality Is Zero Deffects</i> ”	1
2. Armand V. Feigenbsum “ <i>Quality Is Whatever The Buyer Say It</i> ”	5
3. Joseph M. Juran “ <i>Quality Is Fitness For Use</i> ”	8
4. W. Gerald Mulder “ <i>Quality Is Continuously Good Product Which a Customer Can Trust</i> ”	10
5. Ringkasan.....	20
B. Mekanisme Service Quality	22
1. Manajemen Kualitas Produk.....	22
2. Citra Produk	29
3. Kualitas Layanan	34
BAB II Service Excellent.....	44
A. Pengertian Pelayanan (<i>Service Excellent</i>).....	44
B. Pengertian Layanan Prima (<i>Service Excellent</i>).....	46
C. Prinsip-prinsip Layanan Prima (<i>Service Excellent</i>)	57
D. Manfaat Layanan Prima (<i>Service Excellent</i>)	58
E. Indikator (<i>Service Excellent</i>).....	61

F. Ciri-ciri (<i>Service Excellent</i>)	63
G. Langkah-langkah (<i>Service Excellent</i>)	64
H. Kualitas (<i>Service Excellent</i>).....	67
I. Konsep (<i>Service Excellent</i>).....	68
J. Faktor-faktor yang Mempengaruhi (<i>Service Excellent</i>).....	70
K. Cakupan Pelayanan Prima (<i>Service Excellent</i>).....	71
L. Etiket Dan Kualitas Pelayanan Prima (<i>Service Excellent</i>).....	74
M. Tujuan (<i>Service Excellent</i>).....	76
N. Strategi Pelayanan Prima (<i>Service Excellent</i>).....	77
O. Faktor-faktor Hambatan Pelayanan Prima (<i>Service Excellent</i>)	79
BAB III Service Recorvery	80
A. Pengertian <i>Service Recorvery</i>	80
B. Bentuk-bentuk Penerapan <i>Service Recorvery</i>	82
1. Dimensi <i>Prosedural Justice</i>	82
2. Dimensi <i>Interactional Justice</i>	83
3. Dimensi <i>Interactional Justice</i>	84
C. <i>Service Recorvey</i> Strategi.....	85
BAB IV Customer Staisfaction	89
A. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	89
B. Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	97
C. Dimensi <i>Customer Satisfaction</i>	98
D. Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	99

E. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan)100

F. Tipe-tipe Kepuasan Pelanggan (*Customer Staisfaction*)103

BAB V Kepuasan Pelanggan (Service Quality, Service Excellent, Service Recorvery) ..105

Daftar Pustaka135