

ABSTRAK

Di era modern saat ini, persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan atau pelaku usaha harus mencari cara agar bisa bersaing dan bertahan di pasaran. Salah satu cara agar perusahaan bisa bersaing dan bertahan adalah perusahaan harus mampu menyesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Toko Olivia Collection yang merupakan sebuah konfeksi sekaligus menjadi toko konvensional. Toko Olivia Collection terletak di Jalan Plumpang Semper no 61, Jakarta Utara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kepuasan konsumen Toko Olivia Collection berdasarkan kualitas pelayanan agar Toko Olivia Collection dapat terus bertahan pada kondisi pasar yang semakin ketat dan memiliki kualitas pelayanan yang semakin meningkat.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada 402 orang konsumen Toko Olivia Collection. Data sekunder diperoleh dari dokumen penelitian terdahulu dan teori-teori terkait penelitian yang ada dalam buku. Data yang sudah berhasil terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance-Performance Analysis (IPA)*.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Olivia Collection termasuk ke dalam kategori sangat penting dengan nilai persentase sebesar 88,77%. Kinerja yang dilakukan Toko Olivia Collection terhadap kualitas pelayanan termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai persentase sebesar 85,78%. Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada Toko Olivia Collection termasuk dalam kategori sangat puas dengan nilai persentase sebesar 85,86%.

Kualitas pelayanan yang masih belum sesuai dengan harapan konsumen yaitu tata letak produk di Toko Olivia Collection memudahkan pelanggan menemukan apa yang mereka inginkan, Toko Olivia Collection memiliki barang dagangan yang tersedia saat pelanggan menginginkannya, Toko Olivia Collection hampir tidak pernah melakukan kesalahan pada setiap kali pelanggan bertransaksi sehingga masih harus diperbaiki.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Indeks Kepuasan Pelanggan, Analisis Kepentingan-Kinerja