

Abstrak

Kualitas layanan menjadi tolak ukur utama perusahaan di industri retail. Kualitas layanan yang baik akan membuat toko tersebut menjadi kompetitif dan akan menjadi pilihan konsumen ketika mencari tempat untuk berbelanja. Toko retail yang menjadi pilihan pada skripsi ini adalah Matahari Departemen Store Sidoarjo Plaza yang merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang ada di Sidoarjo berlokasi di Jl. Gajah Mada No.120, Kabupaten Sidoarjo. Tidak jarang konsumen yang datang merasa kurang puas atas layanan yang diberikan oleh perusahaan, hingga melakukan complain kepada pihak manajemen karena merasa dihiraukan oleh pemberi layanan.

Dalam penelitian ini kualitas layanan menjadi pokok permasalahan, diukur dengan *Service Quality* (SERVQUAL) dalam metode ini membahas tentang dimensi kualitas pelayanan yaitu : *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* tahapan dalam penelitian ini dengan melakukan Analisa permasalahan yang terdapat didalam Matahari Sidoarjo Plaza terutama pada kualitas pelayanan. Hasil penelitian dari setiap dimensi SERVQUAL menunjukkan bahwa dimensi bukti fisik (*Tangible*) merupakan dimensi yang memiliki kualitas terkecil, sedangkan nilai kualitas terbesar terdapat pada dimensi daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*)

Kata Kunci : *kualitas layanan, SERVQUAL, keputusan pembelian*

Abstract

Service quality is the main benchmark for companies in the retail industry. Good service quality will make the store competitive and will become the choice of consumers when looking for a place to shop. The retail store of choice in this thesis is Matahari Department Store Sidoarjo Plaza which is one of the shopping centers in Sidoarjo located on Jl. Gajah Mada No. 120, Sidoarjo Regency. It is not uncommon for consumers who come to feel dissatisfied with the services provided by the company, to the point of complaining to the management because they feel ignored by the service provider. This can cause losses to the company, one of which is a decreased level of sales.

In this study the quality of service is the subject of the problem, measured by Service Quality (SERVQUAL) where in this method discusses several dimensions of service quality, namely: Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. The stages in this research by analyzing the problems contained in Matahari Sidoarjo Plaza especially on the quality of service.

The results of each SERVQUAL dimension show that the dimension of physical evidence (Tangible) is the dimension that has the smallest quality, while the greatest quality value is found in the dimensions of responsiveness, assurance, and empathy

Keywords : *service quality, SERVQUAL, purchase decision*

