

## **ANALISIS *RETAIL SERVICE QUALITY* PADA PERUSAHAAN TAS DOWA DI YOGYAKARTA**

**Krisna Febrianti**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *retail service quality* yang ada di perusahaan Dowa. Dalam pemasaran jasa ada lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan konsumen. Perusahaan perlu mencari cara untuk mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan. Sedangkan kualitas layanan yang buruk akan membuat konsumen tidak puas dan memberikan persuasi kepada orang lain untuk pergi ke perusahaan pesaing. Pada penelitian ini meneliti pemasaran jasa yaitu *retail service quality*. *Retail service quality* memiliki lima dimensi yaitu aspek fisik, reliabilitas, interaksi personal, pemecahan masalah, kebijakan. Kelima dimensi tersebut menjadi acuan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Dimana penelitian ini menggunakan data kuesioner sebanyak 120 responden yang disebarakan kepada *costumer* Dowa. Dari aspek fisiknya Dowa sudah bagus tetapi dari interaksi personal Dowa kurang bagus kurangnya sumber daya manusia dan kerjasama antar karyawan membuat pelayanan menjadi lama, karena yang melayani *costumer* hanya satu orang saja tidak secara bergantian. Hal tersebut menyebabkan *costumer* lama menunggu pada saat *costumer* ingin meminta barang baru ataupun ingin bertanya tentang produk. Reliabilitas perusahaan juga sudah baik. Untuk pemecahan masalah Dowa memiliki cara sendiri untuk menghadapi masalahnya jika terjadi masalah. Kebijakan yang dimiliki Dowa juga bagus karena Dowa memberikan tanggung jawab garansi pada produk selama enam bulan.

**Kata Kunci :** *Retail Service Quality*

## **RETAIL SERVICE QUALITY ANALYSIS OF DOWA BAG COMPANIES IN YOGYAKARTA**

***Krisna Febrianti***

### ***Abstract***

*This study aimed to analyze the retail service quality that exists in the Dowa company. In marketing services, there are five dimensions, namely physical evidence (tangible), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (assurance) and Empathy (empathy). Quality of service has a close relation to consumers. Companies need to find ways to maintain and continue to improve service quality. While poor service quality will make consumers dissatisfied and provide persuasion to others to go to competing companies. This study examined marketing services, namely retail service quality. Retail service quality had five dimensions: physical aspects, reliability, personal interaction, problem-solving, policy. These five dimensions became a reference in research. This research was quantitative. This study used questionnaire data of 120 respondents distributed to Dowa customers. From the physical aspect, Dowa was good, but from personal interaction, Dowa was not good enough, lack of human resources made the service take a long time, because only one person served the customer, not in turn. This caused the customer to wait for a long time when the customer wanted to ask for new goods or wanted to ask about the product. The company's reliability was also good. For problem-solving Dowa had its way to deal with the problem if a problem occurs. The policies owned by Dowa were also good because Dowa gave the product warranty responsibility for six months.*

***Keywords:*** Retail Service Quality