

MANAJEMEN KUALITAS JASA

OUTLINE

1. Pentingnya kualitas jasa
2. Manajemen kualitas jasa dan ISO 9001
3. Siapakah pelanggan
4. Nilai yang diterima pelanggan
5. Pengertian kualitas
6. Dimensi dan skala pengukuran kualitas jasa
7. Analisis kesenjangan kualitas jasa

Pentingnya Kualitas Jasa

- Menciptakan kepuasan pelanggan
- Sistem manajemen ISO 9001
- Undang-undang konsumen
- Bertahan dalam ranah yang kompetitif

Manajemen Kualitas Jasa dan ISO 9001



Kriteria Penerimaan Produk

Ruang lingkup pemasaran dalam sistem kualitas jasa

1. Menentukan persyaratan kualitas hasil keluaran
2. Menciptakan jasa sesuai dengan persyaratan konsumen
3. Menjalankan sistem umpan balik dan pemantauan informasi

Manajemen Kualitas Jasa dan ISO 9001

Pertimbangan kontrak persyaratan jasa

1. Perencanaan kegiatan jasa
2. Pengendalian terhadap pengukuran yang dipakai dalam jasa
3. Kelengkapan personel yang terdidik
4. Tanggung jawab terhadap jasa

Siapakah Pelanggan

Cambridge Internasional Dictionaries



Membeli suatu barang atau jasa

Webster's 1928 Dictionary



Beberapa kali datang ke tempat yang sama
untuk memenuhi apa yang diinginkan

Nilai yang Diterima Pelanggan

Customer Value

Keterandalan

Ketahanan

Kinerja bentuk fisik

Pelayanan

Citra produk/jasa

Customer Cost

Jumlah uang

Waktu

Energi

Biaya psikologis
produk

Pengertian Kualitas

Sejauhmana produk (jasa) memenuhi spesifikasinya

Orientasi jasa

1. Persepsi konsumen
2. Produk (jasa)
3. Proses

Dimensi Kualitas Jasa

1. Berwujud (*Tangible*)
2. Reliabilitas (*Reliability*)
3. Ketanggapan (*Responsiveness*)
4. Jaminan dan kepastian (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

Skala Pengukuran Kualitas Jasa

1. Multiple-item scale
2. Nilai kepentingan relatif lima dimensi
3. Tingkat kepentingan dan kinerja

Analisis Kesenjangan Kualitas Jasa

1. Kesenjangan persepsi manajemen
2. Kesenjangan spesifikasi kualitas
3. Kesenjangan penyampaian jasa
4. Kesenjangan komunikasi pemasaran
5. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan