

DMH2E3 – PEMASARAN JASA

PROGRAM STUDI D3 MANAJEMEN PEMASARAN

## POKOK BAHASAN 12 : E - SERVICE QUALITY

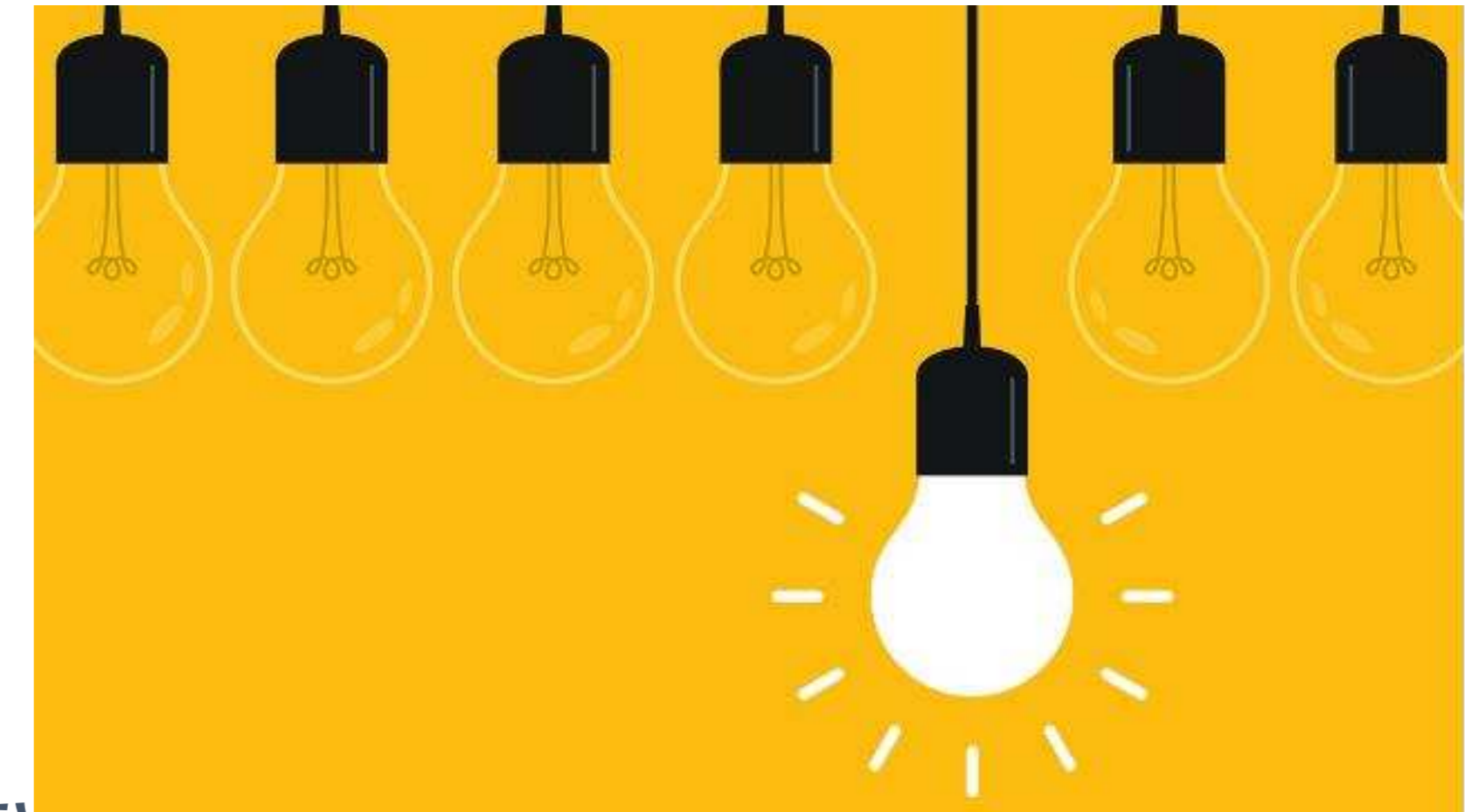
Widya Sastika, ST., MM.

D3 Manajemen Pemasaran- Fakultas Ilmu Terapan



# LEARNING OBJECTIVE

1. Mahasiswa mampu memahami mengenai e-service quality
2. Mahasiswa mampu memahami mengenai *kepuasan pelanggan*
3. Mahasiswa mampu memahami mengenai *e-commerce*
4. Mahasiswa mampu memahami mengenai *dimensi e-service quality*
5. Mahasiswa mampu memahami mengenai *Metode Service Quality*
6. Mahasiswa mampu memahami mengenai *Matrik Importance Performance Analysis*
7. Mahasiswa mampu memahami mengenai *Customer Satisfaction Index*





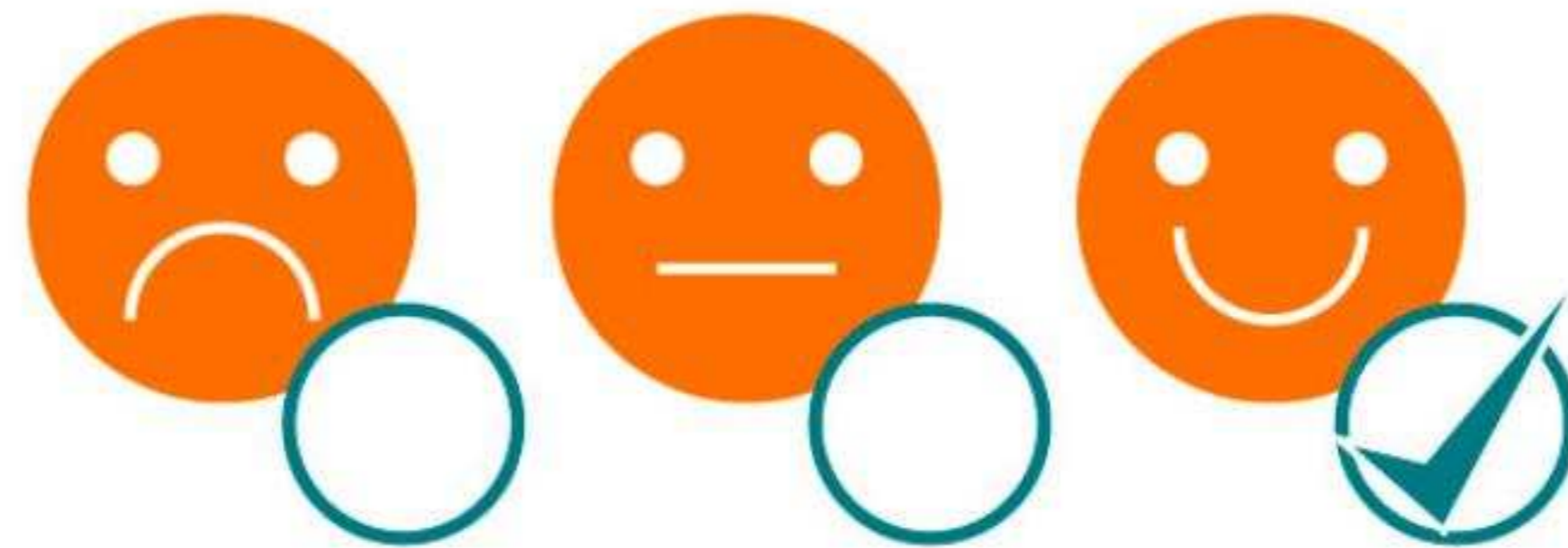
# E - SERVICE QUALITY

*Electronic Service Quality (E-Servqual)* adalah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan dari sebuah penyedia layanan berbasis Internet meliputi pembelian, dan penyampaian produk atau jasa.



# Kepuasan Pelanggan

- ▶ Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul dari membandingkan kinerja produk yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi seseorang, jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, jika memenuhi harapan maka pelanggan akan puas, jika melebihi harapan pelanggan sangat puas atau senang.





# E - Commerce

- ▶ E-commerce adalah lingkungan digital yang memungkinkan transaksi komersial terjadi diantara banyak organisasi dan individu. Banyak perusahaan yang saat ini memperkenalkan produk yang mereka jual melalui internet. sangat puas atau senang.



# DIMENSI E - SERVICE QUALITY



**1. Efficiency**

**2. System Availability**

**3. Fullfillment**

**4. Privacy**

**5. Responsiveness**

**6. Compensation**

**7. Contact**



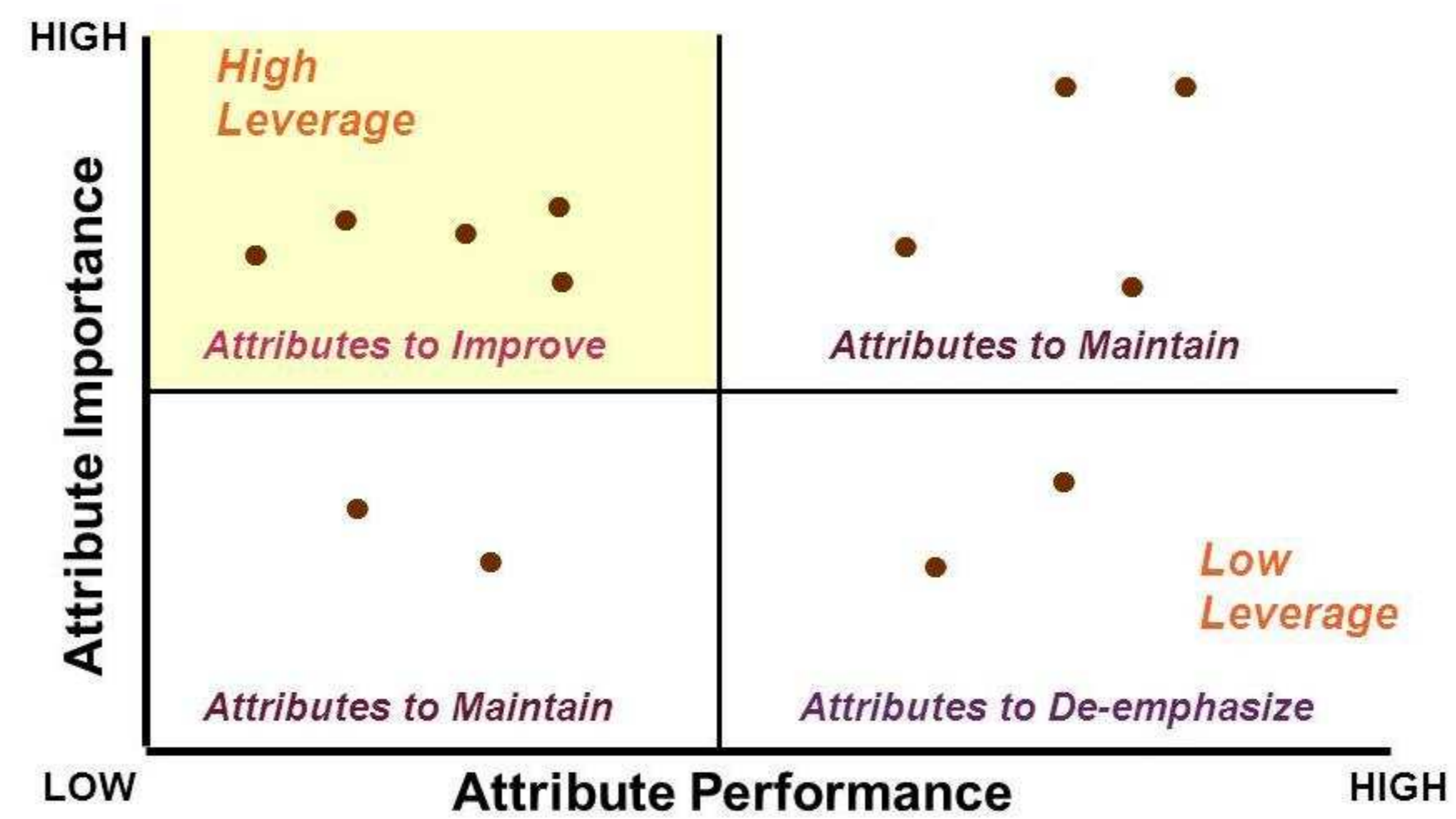
# Metode Service Quality

Metode ini dikembangkan oleh Zeithaml menggunakan pendekatan user-based approach, yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner dan mengandung dimensi – dimensi kualitas jasa



# Matrik Importance Performance Analysis (IPA)

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) diperkenalkan oleh Martilla dan James dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal sebagai quadrant analysis.





# Customer Satisfaction Index

*Customer Satisfaction Index* merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan yang senang dalam suatu survey kepuasan pelanggan.





