

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan kepuasan pelanggan pada UMKM Stiker Custom Eagle Decal di Kabupaten Bandung yang berdampak pada menurunnya pendapatan perusahaan. Masalah tersebut ditengarai berasal dari kualitas pelayanan yang belum optimal, khususnya pada aspek kecepatan respon customer service. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan yang diberikan dan bagaimana pelayanan tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik usaha, customer service, dan dua pelanggan UMKM Eagle Decal. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi dan member check.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti keandalan, empati, dan jaminan telah berjalan cukup baik, tetapi dimensi ketanggapan masih menjadi kelemahan utama. Kepuasan pelanggan meningkat saat pelayanan diberikan secara ramah dan informatif, namun lambatnya respon menjadi hambatan utama dalam membentuk loyalitas pelanggan. Simpulan dari penelitian ini adalah peningkatan kualitas pelayanan, khususnya dalam kecepatan dan konsistensi respon terhadap pelanggan, sangat diperlukan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Penelitian ini merekomendasikan pelatihan customer service, serta pengembangan SOP pelayanan sebagai strategi peningkatan kualitas pelayanan UMKM.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, UMKM, Eagle Decal, pelayanan pelanggan.

ABSTRACT

This study is motivated by the decline in customer satisfaction at the Eagle Decal Custom Sticker MSME in Bandung Regency, which has led to a decrease in company revenue. The issue is suspected to stem from suboptimal service quality, particularly in the responsiveness of customer service. This research aims to analyze the quality of services provided and how those services influence customer satisfaction.

This study uses a descriptive qualitative approach. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation. The informants include the business owner, customer service representative, and two customers of Eagle Decal. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing, with data validity tested through triangulation and member checking.

The findings show that service quality dimensions such as reliability, empathy, and assurance are generally well implemented, while responsiveness remains a key weakness. Customer satisfaction increases when services are delivered in a friendly and informative manner, but delays in responses hinder customer loyalty. The conclusion of this study is that improving service quality—especially in terms of response speed and consistency—is essential to enhance customer satisfaction and loyalty. This research recommends training for customer service staff and the development of standard operating procedures (SOPs) as strategies for service quality improvement.

Keywords: *service quality, customer satisfaction, MSMEs, Eagle Decal, customer service.*