

## Kepuasan pelanggan buku pelajaran PT. Penerbit Erlangga di Wilayah Pemasaran DKI Jakarta

Rizal Pahlevi Hilabi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=74978&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Pada era globalisasi ini kepuasan pelanggan merupakan kata kunci bagi setiap perusahaan untuk memenangi persaingan. Tidak terkecuali bagi penerbit buku seperti PT Penerbit Erlangga. Dengan semakin banyaknya penerbit buku bermunculan dan menawarkan beragam keistimewaan dalam pelayanannya, penerbit buku yang paling dapat memuaskan konsumen adalah penerbit yang memenangkan persaingan.

Dalam meraih peluang untuk merebut hati konsumen, PT Penerbit Erlangga melakukan berbagai macam cara, mulai dengan aktivitas promosi, penetrasi pasar, sponsorship, pameran, dan hal-hal lain yang menarik minat konsumen. Sebagaimana diketahui bahwa produk buku pelajaran bukan merupakan produk satu-satunya PT Penerbit Erlangga, masih ada buku-buku umum dan perguruan tinggi. Ditengok dari sejarah, produk buku pelajaran baru dimulai pada tahun 1980-an setelah didahului oleh buku-buku perguruan tinggi. Sumber daya baik modal dan manusia yang digunakan dalam proses produksi terus mengalami peningkatan guna perbaikan kualitas produk dan layanan.

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap produk buku pelajaran PT Penerbit Erlangga serta faktor kualitas pelayanan yang dominan terhadap kepuasan pelanggan, maka dilakukan penelitian ini. Dalam menganalisis kualitas produk dan layanan yang telah diberikan perusahaan serta mengukur kepuasan pelanggan, digunakan metode Service Quality (Servqual) yang terdiri dari lima dimensi, yaitu tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy menurut teori dari Zeithaml, Parasuraman, dan Berry.

Berdasarkan kelima dimensi tersebut di atas, diperoleh hasil penelitian yaitu kepuasan pelanggan PT Penerbit Erlangga berada dalam kategori sangat puas. Untuk pengembangan kepuasan pelanggan di masa yang akan datang, perusahaan harus mempertahankan kepuasan pelanggan yang sudah ada dengan menegakkan prinsip delapan bentuk kualitas pelayanan dan mengembangkan strategi manajemen hubungan pelanggan dengan baik. Dengan demikian diharapkan pelanggan akan tetap loyal dan tidak beralih kepada penerbit lain.