**ABSTRAK**

**Clothing Line Maternal merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang fashion, awalnya clothing line ini dibuat untuk baju laki-laki, namun semenjak dibukanya store maka Maternal di buat bukan hanya untuk pria namun wanita juga. Berdasarkan hasil survey pra-penelitian, didapatkan beberapa masalah sebagai berikut: 1). Kurang tanggapnya pegawai toko Maternal yang belum sesuai dengan ekspetasi yang diharapkan oleh pelanggan, khususnya dalam pelayanan online, sehingga menghambat pada proses pengiriman barang, dan 2) adanya keluhan Konsumen merasa tidak banggga dengan produk yang mereka terima, tidak sesuai dan tidak ada feedback atas complain pada toko Maternal Disaster.**

**Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Dimana yang menjadi variabel X adalah Kualitas Pelayanan dan yang menjadi variabel Y adalah Kepuasan Pelanggan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi partisipan, wawancara terstruktur, penyebaran angket atau kuisioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode uji validitas instrumen, pengujian rentabilitas instrumen, pengujian hipotesis, koefisen korelasi X dan Y, pengujian regrensi linier sederhana, koefisien korelasi rank spearman, dan koefisien determinasi.**

**Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian maka kontrbusi atau pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 27,9% atau dapat dikatakan pula, bahwa varians yang terjadi pada Kepuasan Pelanggan (Y) 27,9% ditentukan oleh varians yang terjadi pada Kualitas Pelayanan (X). Sisanya, sebesar 72,1% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang diluar penelitian yang teridentifikasi seperti pemasaran, atmosfer toko, *merchandising* dan lainnya.**

**Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan yaitu: 1) Secara keseluruhan responden berpendapat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maternal Clothing Line sudah cukup baik, namun begitu masih ada beberapa indikator yang mendapatkan tanggapan ragu-ragu dari responden yaitu dari dimensi Keandalan, kemudian dari dimensi empati masih ada responden yang menanggapi bahwa karyawan kurang memberikan perhatian kepada konsumen yang datang ke toko offline. 2) kualitas pelayanan Maternal Clothing Line memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Maternal Clothing Line, memiliki pengaruh sebesar 27,9% dalam membentuk kepuasan konsumen, sedangkan 72,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini. bila kualitas pelanyanan ditingkatkan maka, kepuasan pelanggan pun akan ikut meningkat.**

**Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan***

**ABSTRACT**

**Clothing Line Maternal is one of store that operate in fashion business, at first this clothing line was built for man’s apparel, but in the process since the store was opened then Maternal was made not only for man but also for women. Based on pre-survey result, several issue was emerged: 1) Employees response still below the expectation of its customer, especially for online services, that resulted in the delay of shipment process, and 2) the product from Maternal did not match the specification that was offered so the customer wouldn’t feel proud in wearing the product, although the product did not match with what was offered, there were no feedback for the customer complaint.**

**This research used descriptive analyzation method, where Service Quality work as the X variables and Customer Satisfaction work as the Y variables. Data collection technique involving participant observation, structured interview, survey-questionnaire, and literature review. For data analysis, instrument of validation testing, profitability testing, hypothesis testing, X and Y correlation, simple linear regression, spearman correlation, and determination coefficient was used.**

**Based on the data that was collected from the result of the research shows that the effect of service quality to customer satisfaction reach 27.9%. Those result means that 27.9% of customer satisfaction was determined by its service quality, and the rest of 72.1% was determined by other factors such as marketing, the ambience of the store, merchandising, and etc.**

**To conclude this research, overall respondent said that service quality of Maternal Clothing Line is good. But, there are still several factor that still not good enough especially in the reliability dimension and from empathy dimension several respondent think that the employees not put enough attention to the customer who come to the store. As mentioned before that service quality offered almost one third of customer satisfaction level, for the rest of the factors did not included as the topic of this research because this research focused on the service quality of Maternal Clothing Line. In overall, if the increase in customer satisfaction could be determined by the increase of service quality.**

**Key word: *Service Quality, Customer Satisfaction***

**ABSTRAK**

***Clothing Line Maternal* nyaéta salasahiji toko nu specializes di fashion, garis pakean mimitina dijieun pikeun nyocogkeun lalaki, tapi saprak bubuka toko lajeng maternal dijieun henteu ngan keur lalaki tapi awéwé ogé. Dumasar hasil survei anu pre-ulikan, diala ku isu handap: 1). Kirang respon ti hiji juru tulis toko maternal nu teu luyu jeung ekspektasi dipiharep ku konsumén urang, utamana dina layanan nu online, sahingga inhibiting proses pangiriman, sarta 2). Konsumen keluhan ngarasa banggga jeung produk aranjeunna nampi, teu luyu jeung euweuh eupan balik on keluhan on Bencana toko maternal.**

**Metodeu dipaké nya éta métode déskriptif analisis deskriptif. Dimana variabel X geus Quality of Service jeung variabel Y mangrupa Warudoyong Palanggan. téhnik pendataan dipaké téh observasi pamilon, wawancara terstruktur, questionnaires atawa angket jeung pangajaran sastra. Téhnik analisis data nu dipaké nyaéta métode pikeun nguji validitas instrumén, nguji instrumén Profitability, tes hipotesa, correlation coefficient tina X jeung Y, nu linier test regrensi basajan, Spearman koefisien korelasi rank, sarta koefisien tina tekad.**

**Dumasar data dicandak ti hasil panalungtikan kontrbusi atawa pangaruh dina Service Quality Warudoyong Palanggan 27,9% atawa di jalan sejen, yen varian nu lumangsung dina Warudoyong Palanggan (Y) 27,9% ditangtukeun ku varian nu lumangsung dina Quality of Service (X ). Sésana 72,1% ditangtukeun ku faktor sejen anu saluareun studi anu diidentifikasi minangka marketing, toko atmosfir, sambarangan sareng nu sanesna.**

**Kacindekan tina hasil panalungtikan anu dilakukeun saperti kieu: 1) Gemblengna responden yakin yén kualitas layanan nu disadiakeun ku maternal Busana Line cukup alus, tapi anu aya indikator séjén nu meunang réspon ragu responden anu sahiji diménsi Reliability, teras tina dimensi empati kénéh Taya responden direspon yén para karyawan gagal méré perhatian ka konsumen anu datang ka balanja offline. 2) kualitas layanan maternal Busana Line boga dampak signifikan dina kapuasan customer. Kualitas layanan nu disadiakeun ku maternal Busana Line, 27,9% gaduh pangaruh di shaping kapuasan konsumen, sedengkeun sésana 72,1% anu dipangaruhan ku variabel séjén nu teu dibahas dina ulikan ieu. Nalika pelanyanan ningkat kualitas nu, kapuasan customer bakal nambahan.**

**Kecap Konci: *Kualitas Pelayanan, Kapuasan Konsumen***