

ABSTRAK

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk: Untuk mengetahui bagaimana pembentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dalam mempertahankan loyalitas pelanggan (studi kasus di Aning Snack Trangkil Pati)? Untuk mengetahui bagaimana pembentukan *service excellent* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan (studi kasus di Aning Snack Trangkil Pati)? Untuk mengetahui bagaimana kendala dalam pembentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dan *service excellent* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan (studi kasus di Aning Snack Trangkil Pati)?. Penelitian ini menggunakan jenis field research, dengan pendekatan kualitatif dengan subyek penelitian adalah pemilik Aning Snack Trangkil Pati dan pelanggan Aning Snack Trangkil Pati. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian analisis data dilakukan dengan beberapa langkah, yaitu pengumpulan data, mereduksi data yang telah terkumpul, mendisplay data-data secara sistematis dan mengambil kesimpulan dengan memverifikasi mana data yang lebih mendalam dan melakukan penyempurnaan guna mengambil kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas produk dan *service excellent* dalam mempertahankan loyalitas pelanggan (studi kasus di aning snack trangkil pati). Yang pertama yaitu persepsi kualitas produk meliputi kinerja (*performance*), fitur (*fiatures*), reabilitas (*reability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), daya tahan (*durability*), *serviceability*, *estetika*, persepsi kualitas (*perceived quality*), diharapkan Aning Snack Trangkil Pati bisa semakin berkembang dan pelanggan semakin loyal. Kedua *service excellent* meliputi Reabilitas (*reability*), Daya tanggap (*reponsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*), Bukti fisik (*tangibles*) dengan dimensi itu diharapkan pelayanan akan semakin baik dan akan menimpulkan kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Ketiga yaitu kendala dan solusi Kendala implementasi persepsi kualitas produk dan *service excellent* adalah ditemukanya kendala eksternal, kendala eksternal yang terdapat pada kasus tersebut adalah suatu proses yang wajar karena suatu proses produksi dan ketersediaan bahan baku baik dari tempat tersedianya bahan baku produksi maupun dari pemasok tidak sepenuhnya dapat diperoleh dan disimpan dalam jangka waktu yang panjang. Solusi yang dapat menimbulkan kelemahan tertentu pada penerapannya, karena solusi yang diberikan aning kepada pelanggan berupa pengalihan dan penawaran produk baru sebagai ganti atau alternatif dari produk yang tidak tersedia, ini dapat menjadikan kekecewaan pada pelanggan atau konsumen, meskipun tidak terdeteksi secara langsung namun hal ini akan berdampak dalam jangka waktu panjang jika hal tersebut terjadi berulang-ulang.

Kata kunci: persepsi kualitas produk, *service excellent*, loyalitas.