

ABSTRAK

Fenomena meningkatnya kebutuhan internet masyarakat Indonesia saat pandemi COVID-19 hingga pasca pandemi menjadi perhatian operator telekomunikasi untuk memberikan peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan jasa yang diberikan kepada pelanggan.

Berdasarkan data pelanggan operator seluler, ditemukan adanya gap yang begitu besar antara pengguna prabayar dan pascabayar, dengan lebih banyak pengguna prabayar maka pengguna sangat mudah untuk beralih dari satu ke operator lainnya, jika merasa tidak puas dengan layanan Telkomsel. GraPARI sebagai pusat layanan dari Telkomsel berperan penting dalam memberikan peningkatan penjualan layanan pascabayar dan juga bagaimana mempromosikan kepada masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi responden terhadap Kualitas Pelayanan GraPARI Telkomsel Dago sehingga dapat meningkatkan penjualan Kartu Halo melalui program *Cross Selling*. Jenis penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung ke Grapari Dago pada pasca pandemi. Teknik sampling yang digunakan adalah metode *non-probability sampling* dengan *insidental sampling* dan teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan *software SPSS 26*.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, menurut persepsi responden Kualitas Pelayanan di Grapari Dago yaitu *Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance*, dan *Tangible* berada dalam kategori Sangat Baik.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Cross Selling, Penjualan