

ABSTRAK

Sebuah kualitas layanan pada bidang manajemen pemasaran adalah penilaian menyeluruh pelanggan terhadap hasil pelayanan yang diberikan perusahaan, maka dari itu dibutuhkan sebuah pelayanan yang prima dari sebuah perusahaan untuk menaikkan *value* (nilai) di benak setiap calon-calon konsumen. Dengan adanya sebuah *statement* “target desain yang telah ditentukan oleh perusahaan hanya tercapai 10% saja”, maka tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui hasil analisis prioritas perbaikan desain interior berdasarkan persepsi pelanggan. Mengapa tujuan ini dipilih, dikarenakan perusahaan ini menginginkan penganalisaan terhadap desain yang telah diberikan kepada para pelanggan, apakah sudah sesuai dengan keinginan para pelanggan atau tidak. Pada penelitian ini, metode yang digunakan ialah, metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang pernah *pick order* di PT. Niaga Sarae Intermedia. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan NonProbability Sampling dengan jumlah responden sebanyak 140 orang.

Hasil penyebaran kuesioner diolah dengan analisis deskriptif dan *customer satisfaction index* dibantu dengan aplikasi SPSS untuk mengetahui variabel yang perlu dilakukan perbaikan.

Kata Kunci: Analisis Deskriptif, Pernyataan Pelanggan, Kinerja Layanan Desain Interior