

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan PT. BISA GROUP dan memberikan kontribusi dalam peningkatan kualitas pelayanan perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan data kuesioner yang terdiri dari empat atribut pelayanan, yaitu harga, kualitas, ketersediaan, dan proses. Studi kasus pada penelitian ini adalah PT. BISA GROUP dan berfokus pada kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode *Fuzzy C-Means*, Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan PT. BISA GROUP cukup baik, dengan namun masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan rekomendasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan PT. BISA GROUP kepada pelanggannya dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Persepsi konsumen, Kepuasan pelanggan, Data kuesioner, Harga, Kualitas, Ketersediaan, *Fuzzy C-Means*.