ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* (IPA) PADA PDAM TIRTAWENING KOTA BANDUNG

ANALYSIS OF SERVICE QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION USING THE METHOD OF IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) ON PDAM TIRTAWENING, BANDUNG

Dhine Ayu Restu Melati[1], Putu Nina Madiawati[2]
[1,2]Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
dhineayurestumelati@gmail.com[1], pninamad@gmail.com

Abstrak

Seiring dengan meningkatnya laju pertumbuhan penduduk, kebutuhan akan air bersih pun meningkat. Melalui PDAM Tirtawening Kota Bandung, pemerintah Kota Bandung berusaha meningkatkan penyediaan air bersih perpipaan di Kota Bandung. Penyediaan air bersih juga merupakan salah satu hal yang menjadi fokus dalam Millenium Development Goals (MDGs) atau target pembangunan millenium pada tahun 2015 dimana pada tahun itu ditetapkan target cakupan pelayanan di Kota Bandung adalah sebesar 80% (PDAM Kota Bandung, 2011). Cakupan pelayanan air bersih perpipaan PDAM Kota Bandung sendiri baru mencapai 68% yang berarti baru melayani 1.608.000 jiwa dari total jumlah penduduk sebesar 2.393.633 jiwa pada tahun 2013 (PDAM Kota Bandung, 2014). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui harapan, kinerja, serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh PDAM Tirtawening Kota Bandung dan untuk mengetahui aspek-aspek yang perlu di perbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh dengan menyebarkan kuisioner kepada 270 responden yang merupakan sampel pelanggan PDAM Tirtawening Kota Bandung. Dengan menggunakan indeks kepuasan konsumen, *Importance Performance Analysis* (IPA) diperoleh hasil penelitian. Hasil penelitian harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PDAM Tirtawening Kota Kota Bandung. Bandung dianggap sangat penting karena memiliki presentase sebesar 88.632 %. Harapan pelanggan terhadap kinerja kualitas pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung dianggap baik karena memiliki presentase sebesar 70.168 %. Berdasarkan analisis tingkat kepuasan peniliaian pelanggan dalam kategori tidak puas karena memiliki nilai sebesar 0.78. Pada *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat 8 atribut yang harus diperbaiki oleh PDAM Tirtawening

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, *Importance Performance Analysis* (IPA).

Abstract

Along with the increasing rate of population growth , the need for clean water increases. Through PDAM Tirtawening Bandung, Bandung city government tried to increase the supply of clean water piped in Bandung. Providing clean water is also one of the things that become the focus in the Millennium Development Goals (MDGs) or the millennium development goals by 2015, the year in which the targets specified in Bandung service coverage is at 80 % (PDAM Bandung , 2011). Piped water service coverage PDAM Bandung itself has only reached 68 % , which means serving 1.608 million new inhabitants of the total population of 2,393,633 inhabitants in 2013 (PDAM Bandung , 2014). The purpose of the research is to find out expectation, performance, as well as the level of customer satisfaction on the quality of service provided by PDAM Tirtawening Bandung and to knowing what aspects should be improved . This research is quantitative, with the descriptive research. Data obtained by spreading the questionnaire to 270 of respondents who is the customer PDAM Tirtawening Bandung. By using the satisfaction index of customer, , importance performance analysis (IPA) obtained the results of research. The result of the expectations of the customers of the quality of service provided PDAM Tirtawening Bandung is considered very important because it has a percentage of 88.632 %. The customer on the performance of the quality of service PDAM Tirtawening Bandung is considered good because it has a percentage of 70.168 %. Based on analysis of the level of satisfaction of the assessment of the customer in the category of not satisfied because it has a value 0.78. In the importance performance analysis (IPA) there are eight attributes that have to be repaired by PDAM Tirtawening Bandung.

Key Word : SERVQUAL, Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA).

1. Pendahuluan

Di Indonesia, kelangkaan air sangat jelas terlihat pada saat musim kemarau. Sebagai salah satu contoh, adalah fenomena di Jawa Barat. Provinsi ini dialiri 17 sungai, seiring dengan jumlah penduduk Jawa Barat yang besar, berkisar hampir 43 juta jiwa, maka penyediaan air bersih menjadi permasalahan yang rumit. Selain masalah kelangkaan air, penurunan kualitas air juga menjadi permasalahan yang sangat serius. Sebagai contoh, beberapa sungai di Bandung, tidak saja dijadikan tempat pembuangan limbah industri tetapi juga sampah dan limbah rumah tangga. Padahal sungai yang mengaliri daerah yang mengaliri daerah kota tersebut merupakan sumber air utama bagi warga Bandung.

Air bersih yang layak untuk dikonsumsi masyarakat Kota Bandung berasal dari air tanah dan air PDAM. Pemenuhan ketersediaan air PDAM Kota Bandung terutama diperoleh dari sumber air di luar wilayah administratif Kota Bandung, yaitu Kabupaten Bandung. Hal ini dikarenakan kualitas air di Kabupaten Bandung masih baik dan sebagian besar sungai di Kota Bandung telah tercemar oleh industri dan rumah tangga (ESP, 2009). Selain itu, sumber daya air di Kota Bandung juga mengalami masalah kelangkaan air akibat keterbatasan kawasan resapan air dan penurunan muka air tanah sampai dengan 65,14 meter sejak 1977 (Andani, 2012). Menurunnya ketersediaan air baku mengakibatkan sulitnya mengoptimalkan kapasitas terpasang yang dimiliki instalasi pengolahan PDAM Tirtawening Kota Bandung. Selama periode 2008-2011 hanya terdapat sekali peningkatan kapasitas produksi. Pada tahun 2013, tingkat kehilangan air sebesar 60,18% melebihi standar toleransi menurut kriteria perencanaan air bersih menurut BPPT sebesar 20-30% (Nugraha, 2014).

2. Dasar Teori dan Metode Penelitian

2.1 Pengertian Pemasaran

Menurut Tjiptono (2008:3) mendefinisikan pemasaran secara luas yaitu proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks bisnis yang lebih sempit, pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan.

2.2 Jasa

2.2.1 Pengertian Jasa

Menurut Tjiptono (2011:17) jasa merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya bengkel reparasi kendaraan bermotor, salon kecantikan, kursus keterampilan, pusat kebugaran, restoran, hotel, rumah sakit, universitas dan lain-lain. Jasa dapat diartikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler & Keller, 2009).

2.2.2 Karakteristik Jasa

Menurut Suntoyo (2012:189), jasa memiliki beberapa karakterisik utama yang membedakannya dengan barang. Karakteristik jasa tersebut adalah:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)
3. Heterogenitas
4. Cepat Hilang dan Permintaan yang Fluktuasi

2.2.3 Kualitas Pelayanan

Menurut Wijaya (2011 : 11) kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan pernyataan – pernyataan tersebut. Jadi kesimpulannya, kualitas jasa merupakan suatu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2009:269) mengemukakan bahwa ada lima dimensi *Service Quality* yaitu keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), empati (*emphaty*), berwujud (*tangible*).

2.2.5 Gap Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman et al dalam Alma (2009 : 282) mengungkapkan formulasi model kualitas jasa, yang diperlukan dalam layanan jasa. Dalam model ini dijelaskan ada lima gap yang dapat menimbulkan kegagalan penjualan jasa seperti :

1. Kesenjangan harapan konsumen dengan persepsi manajemen
2. Kesenjangan persepsi manajemen dengan kualitas jasa
3. Kesenjangan kualitas jasa dengan penyampaian jasa
4. Kesenjangan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal
5. Kesenjangan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan

2.2.6 Presepsi Terhadap Kualitas Pelayanan

Menurut Schiffman dan Kanuk (1999), dalam Nitisusastro (2012:66) persepsi digambarkan sebagai proses dimana individu seseorang menyeleksi, mengorganisasi dan menterjemahkan stimulasi menjadi sebuah arti yang koheren dengan semua kejadian dunia. Dapat juga digambarkan dengan bagaimana kita melihat dunia sekitar kita.

2.2.7 Ekspektasi / Harapan Pelanggan Pada Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2009:50) Pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut, dan iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan jasa anggapan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa anggapan berada di bawah jasa yang diharapkan, pelanggan kecewa. Perusahaan yang berhasil menambahkan manfaat pada penawaran mereka sehingga pelanggan tidak hanya puas tetapi terkejut dan sangat puas. Pelanggan akan sangat puas bila mendapatkan pengalaman yang melebihi harapannya. Menurut Rahmayanty (2010:42-46) Harapan pelanggan eksternal yaitu :

a. Persyaratan kualitas barang atau jasa,
b. Kemudahan dalam memperoleh barang atau jasa,
c. Harga yang kompetitif,
d. Cara pelayanan yang tepat, cepat, dan ramah
e. Layanan purna jual sebagai jaminan dan tanggung jawab.

2.2.8 Kepuasan Pelanggan

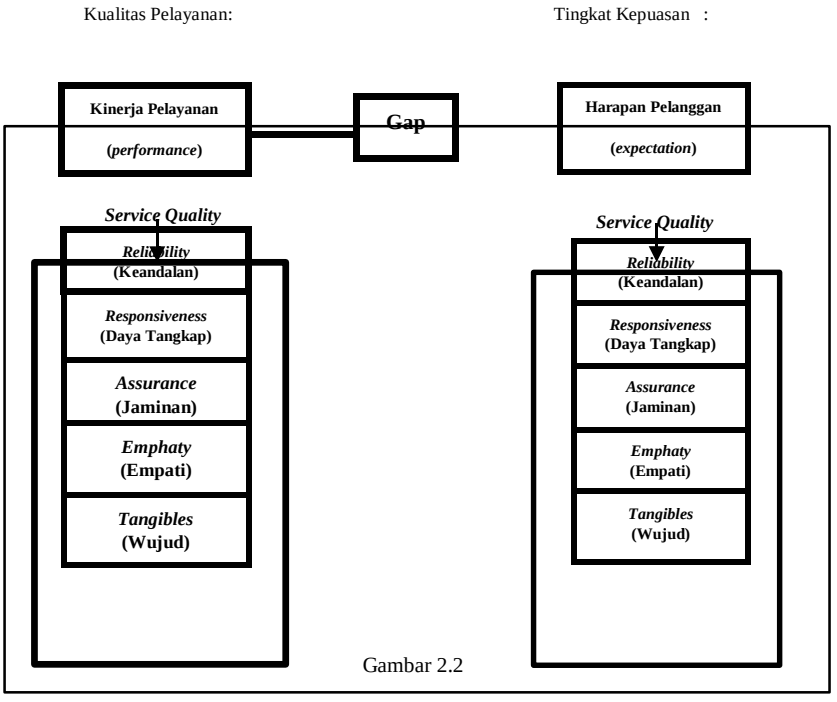
Menurut Sunyoto (2013 : 115) Kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi pascakonsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Tjiptono (2008:21) kepuasan konsumen adalah kepuasan konsumen setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dengan harapannya.

Menurut Kotler (2011:154) pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya :

a) *Directly Reported Satisfaction*
b) *Derived Satisfaction*
c) *Problem Analysis*
d) *Importance-Performance Analysis* (IPA)

2.3 Kerangka Pemikiran

Menurut (Sunyoto, 2013:115) Kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi pascakonsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Ketidakpuasan tentu saja adalah hasil dari harapan yang diteguhkan secara negatif. Kepuasan dapat dipahami dengan meneliti kualitas pelayanan yang diberikan, yaitu mengidentifikasi 5 determinan kualitas jasa yaitu *Reliability* (keandalan), *Ressponsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (Empati), *Tangible* (wujud). (Tjiptono 2009:269). Alasan utama penulis memilih dimensi kualitas pelayanan dari Tjiptono, karena kelima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Tjiptono telah mampu untuk mewakili pengukuran dari keseluruhan dimensi kualitas pelayanan itu sendiri, serta untuk penerapan pengukuran kualitas pelayanan pada PDAM Tirtawening dimensi tersebut dianggap tepat karena PDAM Tirtawening merupakan perusahaan penyedia layanan jasa publik, yang ukuran kualitas pelayanannya dapat diukur oleh kelima dimensi tersebut.



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran

Dari kelima dimensi kualitas yang mempengaruhi pelayanan yang dirasakan pelanggan tersebut tentunya menghasilkan persepsi yang berbeda. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan merasa kecewa.

3.1 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dapat dikatakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:119). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PDAM Tirtawening Kota Bandung yaitu sebanyak 150.657 pelanggan.

Pada penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* karena peneliti belum memperbaharui jumlah populasi dan seiring berjalannya penelitian maka populasi akan terus bertambah serta tidak diketahui dengan pasti. Menurut Purwanto & Sulistyastuti (2007:47) *non Probability Sampling* atau *nonrandom sampling* artinya setiap individu atau unit yang diambil dari populasi dipilih dengan sengaja menurut pertimbangan tertentu. Sehingga tidak semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi calon responden atau sampel. Jenis metode *Nonprobability* yang digunakan penulis adalah *sampling incidental.* Menurut Sugiyono (2011:85) *Sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Pada penelitian ini, untuk menentukan jumlah sampel peneliti mengacu pada tabel isac & Michael. Dengan jumlah populasi 150.657 dengan tingkat kesalahan α = 10 % (0,1) maka sampel yang digunakan peneliti adalah sebesar 270 responden.

3.2 Operasional Variabel

Menurut Darmawan (2013:109) macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi beberapa kelompok yaitu :

Variabel Independen atau Variabel Bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahnnya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen adalah *Servqual* terdiri beberapa sub-variabel yaitu *Tangibles* (Bukti Fisik), *Empathy* (Empati), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap) dan *Assurance* (Jaminan) dan peneliti ingin mengetahui apakah terdapat kesenjangan antara presepsi dan harapan konsumen atau pelanggan PDAM Tirtawening Kota Bandung.

4. Pembahasan

Penelitian menujukkan keseluruhan responden berjumlah 270 orang terdiri dari 147 orang responden (54%) berjenis kelamin laki-lakidan 123 orang responden (46%) berjenis kelamin perempuan. Mayoritas responden berusia 18 - 25 tahun sebanyak 148 orang atau sebesar 55%. Responden yang paling banyak 148 orang atau 55% responden merupakan mahasiswa.

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Analisis Deskriptif Harapan atas Kualitas Pelayanan

Pada hasil pengolahan data mengenai variabel (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible*), diperoleh persentase skor rata-rata sebesar 88.623%. Persentase skor rata-rata tersebut menunjukkan bahwa harapan pelanggan atas kualitas pelayanan pada PDAM Tirtawening Kota Bandung dikatakan sangat penting. Variabel harga memiliki persentase tertinggi sebesar 92.09% dan yang memiliki persentase terendah adalah variabel lokasi sebesar 85.25%.

4.1.2 Analisis Deskriptif Kinerja atas Kualitas Pelayanan

Persentase rata-rata skor total variabel (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty, tangible*) diperoleh angka 70.168 % yang menunjukkan bahwa kinerja atas kualitas pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung masuk dalam kategori baik. Nilai terbesar yaitu sebesar sebesar 74.475 %.

4.1.3 Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan

Tabel 2 : Tingkat Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtawening Kota Bandung

No. Pernyataaan	Skor Tingkat Kinerja	Skor Tingkat Kepentingan / Harapan	IPK
1	995	1169	0.85
2	969	1189	0.81
3	945	1146	0.82
4	973	1152	0.84
IPK rata - rata *reliability*			0.83

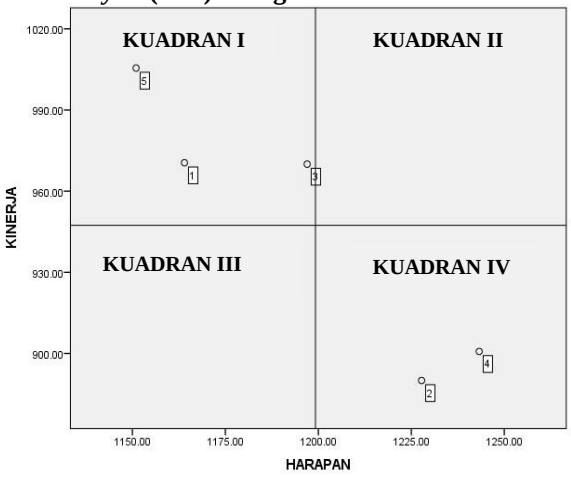
Bersambung

Sambungan

No. Pernyataaan	Skor Tingkat Kinerja	Skor Tingkat Kepentingan / Harapan	IPK
5	875	1183	0.73
6	923	1246	0.74
7	872	1254	0.69
IPK rata - rata *responsiveness*			0.72
8	966	1202	0.80
9	967	1194	0.80
10	977	1195	0.81
IPK rata - rata *assurance*			0.80
11	912	1194	0.76
12	888	1254	0.70
13	868	1342	0.64
14	935	1183	0.79
IPK rata - rata *emphaty*			0.72
15	995	1169	0.85
16	1016	1133	0.89
IPK rata – rata *tangibles*			0.87
Kepuasan Pelanggan			0.78

Berdasarkan hasil analisis indeks kepuasan pelanggan PDAM Tirtawening Kota Bandung memperoleh sebesar 0.78 dari rata- rata setiap IPK. Nilai tersebut menggambarkan bahwa penilaian pelanggan berada dalam kriteria tidak puas.

4.1.4 *Importance Performance Analysis* (IPA) / Diagram Kartesius



Gambar 1
Diagram Kartesius Pada Dimensi Kualitas Pelayanan

Berdasarkan gambar1 diagram kartesius pada dimensi kualitas pelayanan diatas dapat dijelaskan bahwa :

1. **Kuadran I : Prioritas Utama**

   Dimensi *reliability*, *assurance*, dan *tangible* berada didalam kuadran I (prioritas utama) menunjukan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun PDAM belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. sehingga mengecewakan atau tidak puas.

2. Kuadran IV : Berlebihan

Dimensi *responsiveness* dan *emphaty* berada didalam kuadran IV (berlebihan) yang berarti dimensi *responsiveness* dan *emphaty* menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirawening Kota Bandung, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu harapan pelanggan atas kualitas pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung berdasarkan hasil analisis deskriptif secara keseluruhan berada dalam kategori "sangat penting" karena memiliki persentase sebesar 88.632 % . Kinerja kualitas pelayanan yang diberikan PDAM Tirtawening Kota Bandung berdasarkan hasil analisis deskriftif secara keseluruhan berada dalam kategori "baik" karena memiliki persentase sebesar 70.168 % . Tingkat kepuasan pelanggan PDAM Tirtawening Kota Bandung adalah sebesar 0.78 berdasarkan hasil analisis indeks kepuasan konsumen nilai tersebut menggambarkan bahwa penilaian pelanggan berada dalam kriteria "tidak puas", karena tingkat kepuasan ini mengacu pada hasil perhitungan IPK yang membandingkan antara kinerja aktual perusahaan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang di berikan. Aspek item yang menjadi prioritas utama untuk segera dilakukan perbaikan pelayanan oleh PDAM Tirtawening Kota Bandung yaitu kemudahan dalam pengajuan keluhan pelayanan bagi pelanggan, ketetapan waktu menangani keluhan pelanggan di loket dan di lapangan, kedisiplinan petugas saat melayani di loket dan di lapangan, kepedulian petugas di loket dan di lapangan terhadap pelanggan, kemampuan petugas melayanai pelanggan dengan baik di loket dan lapangan, petugas di loket dan di lapangan bersikap ramah, sopan, tertib, dan rapi dalam memberikan pelayanan, seragam, identitas pegawai, mobil operasional, dan peralatan penunjang, tingkat kenyamanan ruang tunggu (suhu, kebisingan, pencahayaan) dan kebersihan.

Saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah:

a. Aspek Teoritis

Dikarenakan penelitian ini hanya meneliti tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtawenng Kota Bandung, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti juga faktor – faktor lain seperti loyalitas pelanggan.

b. Aspek Praktis

PDAM Tirtawening Kota Bandung perlu meningkatkan kepuasan pelanggan yang berada dalam kriteria tidak puas dengan memperbaiki beberapa aspek – aspek yaitu :

1. PDAM harus lebih memperhatikan pelanggan untuk mempermudah pengajuan keluhan agar segera di tangani
2. PDAM lebih memperhatikan ketetapan waktu keluhan untuk lebih cepat menangani keluhan tersebut
3. Petugas terutama di lapangan harus bisa menangani keluhan dengan cara disiplin waktu agar pelanggan merasa keluhannya ditangani dengan cepat.
4. Petugas di loket dan di lapangan harus mendengarkan segala keluhan pelanggan dan segera menangani keluhan tersebut dengan cepat sehingga tidak membuat pelanggan menunggu.
5. Petugas di loket dan di lapangan harus mempunyai pengetahuan informasi dan kinerja cepat tanggap dalam menjawab keluhan pelanggan.
6. Petugas di loket dan di lapangan harus tetap bersikap ramah,sopan, dan tenang ketika pelanggan mengajukan keluhan dan memberikan perhatian sehingga membuat pelanggan merasa terlayani
7. Pegawai di loket dan di lapangan harus menunjukan identitas kepegawaian dan seragam yang sesuai sehingga pelanggan merasa aman dan percaya.
8. Kenyamanan ruang tunggu di loket PDAM kurangnya sirkulasi udara dan menyediakan area rokok sehingga pelanggan yang berada di ruangan tersebut merasa nyaman.

Daftar Pustaka

[1] Darmawan, Deni (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

[2] Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran : Buku 1* (12th ed). Jakarta: Indeks.

[3] Nitisusanto, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta.

[4] Purwanto, Erwan Agus & Dyah Ratih Sulistyastuti. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik Dan Masalah-masalah Sosial.* Yogyakarta: Gava Media

[5] Rahmayanti, Nina. (2010). *Manajemen Pelayanan Prima.* Yogyakarta: Graha Ilmu.

[6] Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

[7] Sunyoto, Danang. (2012). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran.* Yogyakarta: CAPS.

[8] Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction.* Yogyakarta: ANDI OFFSET.

[9] Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa.* Jakarta : PT. INDEKS.