

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN ATAS KUALITAS PELAYANAN PT. PLN (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA BARAT DAN BANTEN AREA BANDUNG

Oleh: Angelica Tiolena Siahaan; Tri Indra Wijaksana

1203100005

Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis
Universitas Telkom Bandung

Abstract

Customer satisfaction is a specific evaluation for the overall service that given by service providers, so the customer satisfaction can only be assessed based on current process of actual service delivery. Customer satisfaction especially in the fields of services became reinforced company to remain success. The differentiation between customer expectation about company performance and customer assesment about actual performance is describing customer perceptions in quality of services. The differentiation take place because there is some gap among customer expectations and execution (performance) of service that given by; that gap was existing as a result from customer expectation which never fulfilled. The purpose of this research is to understand the expectations, performances, as well as the level of customer satisfaction with the quality of service provided by PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung and to find out some of service attributes which need to proper fix to improve the quality of service. The methods used in this research is quantitative methods with a descriptive research. The Data obtained through spreading some of questionnaires to 100 respondents who actual customers of PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung. The measurement of customer satisfaction and service attribute evaluation method using Importance Performance Analysis (IPA) were obtained by research results. The results of this research from customer expectations of the quality of service provided by PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung is really necessary because it has a percentage of 89%. customer expectations with actual performance of PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung has a percentage of 75%. Based on the analysis of level of satisfaction ratings in the category of customers is not satisfied because it has index which equal to 0.85. the Results of Importance Performance Analysis (IPA) has 8 (eight) service attributes that should be corrected by PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis (IPA)

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan pemberi jasa, sehingga kepuasan pelanggan hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami saat proses pemberian pelayanan. Kepuasan pelanggan terutama dibidang jasa menjadi keharusan agar perusahaan tetap sukses. Perbedaan antara harapan konsumen mengenai kinerja dari perusahaan dan penilaian konsumen mengenai kinerja actual memberikan suatu persepsi konsumen atas kualitas jasa. Perbedaan tersebut terjadi karena adanya gap (kesenjangan) antara harapan pelanggan dan kenyataan (kinerja) pelayanan yang diterima; kesenjangan tersebut ada sebagai akibat tidak terpenuhinya harapan para pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui harapan, kinerja, serta tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung dan untuk mengetahui atribut-atribut pelayanan yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif sengan jenis penelitian deskriptif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan sampel dari pelanggan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung. Pengukuran kepuasan pelanggan dan evaluasi atribut pelayanan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA) yang diperoleh dengan hasil penelitian. Hasil penelitian harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Bandung dianggap sangat penting karena memiliki persentase sebesar 89%. Harapan pelanggan terhadap kinerja aktual PT. PLN (Persero) Area Bandung memiliki persentase sebesar 75%. Berdasarkan analisis tingkat kepuasan penilaian pelanggan dalam kategori tidak puas karena memiliki indeks sebesar 0,85. Hasil Importance Performance Analysis (IPA) terdapat 8 (delapan) atribut pelayanan yang harus diperbaiki oleh PT. PLN (Persero) Area Bandung.

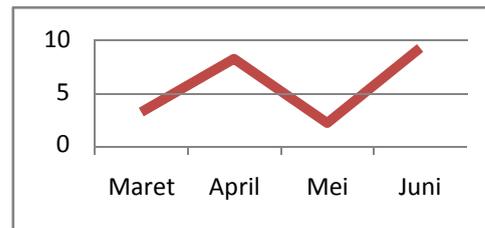
Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Importance Performance Analysis (IPA)

Pendahuluan

Proses globalisasi telah menembus seluruh aspek dan sistem sosial, ekonomi, politik dan budaya. Hal ini juga dipengaruhi oleh adanya kebutuhan manusia yang semakin meningkat. Dalam hal ini PT. PLN (DJBB) Area Bandung selaku BUMN harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan memberikan citra yang baik di mata masyarakat

dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada di bawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa kurang/tidak puas. Oleh karena itu pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Bandung pada masyarakat harus selalu

dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang lebih baik di masa mendatang dan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta untuk meminimalisasikan masalah. Apalagi saat ini PLN DJBB telah terpilih menjadi salah satu Pilot Project yang akan menjadi inisiatif PLN Bersih. PT. PLN memiliki komitmen untuk turut mencegah terjadinya korupsi khususnya dilingkungan PT. PLN (Persero) itu sendiri. Hal tersebut menjadi tantangan utama bagi PT. PLN (Persero) DJBB Area Bandung untuk mewujudkan PT. PLN (Persero) DJBB menjadi perusahaan yang sehat. Untuk mendukung hal tersebut, maka PT. PLN (Persero) DJBB Area Bandung membuat suatu inovasi dengan mengembangkan Teknologi Informasi khususnya di bidang pelayanan, dimana pelayanan merupakan cermin di mata pelanggan yang akan menjadi tolak ukur bagaimana PT. PLN (Persero) DJBB bisa mendapat predikat PLN BERSIH. Dengan dikembangkannya aplikasi Call Back Center yang semula dilakukan secara manual, kini PT. PLN (Persero) Area Bandung mengembangkan lagi aplikasi tersebut sehingga sejak bulan Juli 2013 Call Back Center dilakukan secara komputerisasi dan otomatisasi demi peningkatan Integritas Layanan Publik (ILP).



Gambar 1 Tingkat Pelanggaran ILP Semester 1 Tahun 2012

Sumber: Olah Data PLN Area Bandung

Dari kurva di atas dapat dilihat bahwa pelanggaran ILP di semester 1 Tahun 2012 mengalami fluktuasi, dimana pada bulan Maret terdapat 3 pelanggaran dari total 40 survey, bulan April terdapat 8 pelanggaran dari total 130 survey, pada bulan Mei terdapat 2 pelanggaran dari total 102 survey dan pada bulan Juni terdapat 9 pelanggaran ILP dari total 46 survey yang dilakukan. Pada bulan Juni tingkat pelanggaran terjadi paling tinggi, yaitu 9 pelanggaran. Sesuai dengan data hasil survey perusahaan yang didapat oleh penulis, pelanggaran ini antara lain disebabkan oleh petugas yang masih menerima TIP dari pelanggan. Kurangnya sosialisasi PLN Bersih kepada pelanggan diduga menjadi penyebab utama terjadinya pelanggaran ini. Kurang tegasnya sanksi yang diberikan kepada petugas yang melakukan pelanggaran juga menjadi penyebab meningkatnya pelanggaran ILP. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat

dan Banten Area Bandung ditinjau dari kinerja petugas lapangan dari hasil evaluasi call back center PT. PLN (Persero) Area Bandung. Kepuasan pelanggan akan diteliti dilihat dari tiga produk layanan PT. PLN (Persero) Area Bandung, yaitu Penambahan Daya (PD), Pemasangan Baru (PB) dan Pelayanan Teknik (Yantek). Penelitian ini akan menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA), dalam hal ini IPA tidak hanya menguji performa dari sebuah item tapi juga kepentingan item tersebut sebagai faktor yang menentukan dalam kepuasan pelanggan. Pada analisis IPA juga akan menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang harus dievaluasi oleh perusahaan. Berdasarkan fenomena di atas dan dilengkapi dengan data dan fakta yang ada, maka penulis melakukan penelitian berjudul **“Analisis Kepuasan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung .”**

Tujuan

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) DJBB Area Bandung.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan atas kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) DJBB Area Bandung.

Manfaat

1. Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan tambahan pengetahuan untuk menguatkan teori yang ada, mengenai kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung.

2. Praktis

a. Bagi Perusahaan Terkait

Sebagai sarana evaluasi ataupun masukan terhadap kinerja PT. PLN (Persero) DJBB Area Bandung.

b. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini merupakan penerapan ilmu yang didapat selama kuliah, serta menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung.

c. Bagi Pihak Lain

Memberikan wawasan kepada pembaca mengenai kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten Area Bandung.

Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Menurut Creswell (2010:5), penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini biasanya diukur dengan instrument-instrumen penelitian

sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain. (Sugiyono, 2012:11). Sedangkan menurut Sanusi (2011:13), "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian."

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. PLN (Persero) DJBB Area Bandung yang telah di *call back* dan terbagi atas tujuh unit yakni Bandung Utara, Bandung Selatan, Bandung Timur, Bandung Barat, Cijawura, Kopo dan Ujung Berung. Pembagian layanan yang dibagi atas tiga yakni Pemasangan Baru (PB), Penambahan Daya (PD) dan Pelayanan Teknik (Yantek). Adapun jumlah keseluruhan populasi tersebut adalah 3.605 orang yang terbagi dalam 7 unit jaringan. Sample yang digunakan sebanyak 100 responden dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat

keandalan 90%. Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *cluster sampling*, yaitu sample yang diambil berdasarkan kelompok unit-unit kecil atau *cluster*.

Ada empat teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu analisis deskriptif, *Method Of Successive Interval* (MSI), Analisis Indeks Kepuasan Konsumen (IPK) dan *Importance Performance Analysis*.

Hasil Pembahasan

1. Analisis Kualitas Pelayanan

a. Tingkat Kepentingan/Harapan Pelanggan

Secara keseluruhan persentase harapan kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Area Bandung yaitu sebesar 89%. Penilaian responden terhadap dimensi *reliability* merupakan penilaian yang paling tinggi dibandingkan dimensi yang lainnya yaitu sebesar 90,1%. Selanjutnya dimensi *Tangibles* dengan persentase 89,55%, dimensi *Empathy* dengan persentase sebesar 89,40%, dimensi *Assurance* dengan persentase sebesar 88,20% dan dimensi *Responsiveness* yang memiliki persentase terkecil yaitu sebesar 86,80%.

b. Tingkat Kinerja/Persepsi Pelanggan

Secara keseluruhan persentase kinerja pelayanan PT. PLN (Persero) Area Bandung yaitu sebesar 75%.

Penilaian responden terhadap dimensi *reliability* merupakan penilaian yang paling tinggi dibandingkan dimensi yang lainnya yaitu sebesar 76%. Selanjutnya dimensi *Tangibles* dengan persentase 77,25%, dimensi *Empathy* dengan persentase sebesar 74,47%, dimensi *Assurance* dengan persentase sebesar 73,60% dan dimensi *Responsiveness* yang memiliki persentase terkecil yaitu sebesar 72,90%.

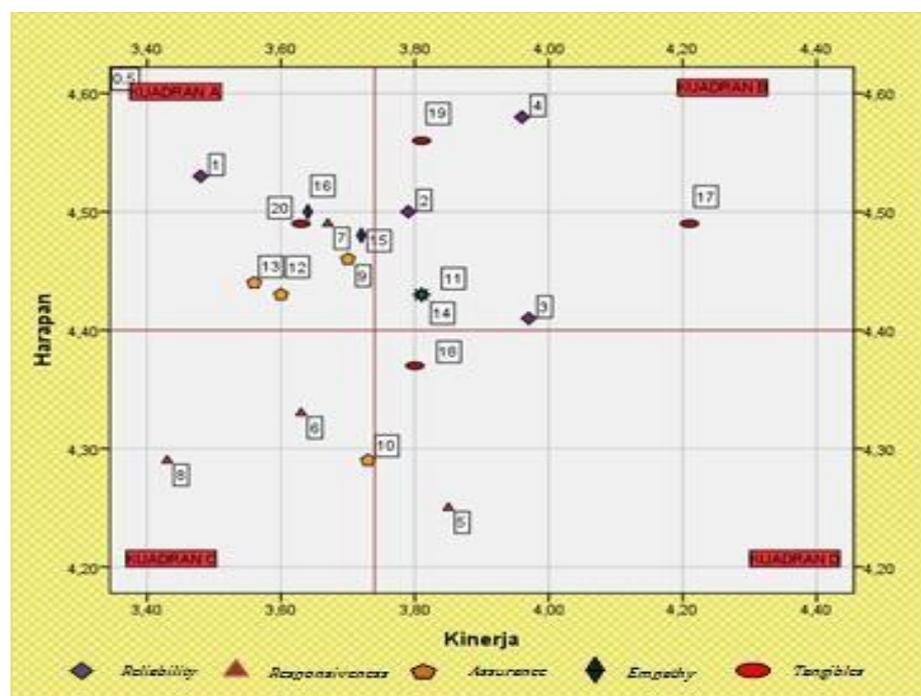
2. Analisis Indeks Kepuasan Konsumen (IPK)

Tingkat kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,85 dimana nilai tersebut menggambarkan bahwa penilaian pelanggan dalam kriteria tidak puas.

Hal ini menggambarkan bahwa kinerja aktual petugas PLN Area Bandung dalam memberikan pelayanan lebih rendah dari harapan pelanggan.

3. Importance Performance Analysis (IPA)/Diagram Kartesius

Titik sumbu pembagian kuadran di $X = 3.74$ dan $Y = 4.44$, selanjutnya adalah menempatkan titik (X dan Y) tiap dimensi dan tiap atribut ke dalam grafik kartesius. Gambar berikut menunjukkan keberadaan titik-titik atribut dalam kuadran yang telah dibagi kedalam empat bagian.



1. Kuadran A: Konsentrasi Disini

Menunjukkan kelompok item yang dinilai penting oleh pelanggan tetapi persepsi terhadap kinerja belum maksimal, sehingga perusahaan harus berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja pada item-item yang ada di kuadran ini. Terdapat delapan atribut yang masuk ke dalam kuadran ini, yaitu atribut nomor 1, 7, 9, 12, 13, 15, 16 dan 20. Kuadran A menunjukkan bahwa faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun perusahaan belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan dan pelanggan tidak merasa puas. Atribut yang masuk ke dalam kuadran A harus menjadi prioritas utama bagi PT. PLN (Persero) untuk diperbaiki dan diperhatikan agar gap antara perusahaan dan pelanggan dapat diperbaiki.

1. Kuadran B: Pertahankan Kinerja yang Baik

Menunjukkan kelompok item yang dinilai penting oleh pelanggan dan persepsi terhadap kinerjanya telah baik, sehingga perusahaan harus mempertahankan kinerja pada item yang ada di kuadran ini. Terdapat tujuh atribut yang masuk ke dalam kuadran ini, yaitu atribut nomor 2, 3, 4, 11, 14, 17 dan 19.

Atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran B merupakan unsur jasa yang telah berhasil dilaksanakan oleh PT. PLN (Persero) Area Bandung, untuk itu perusahaan wajib mempertahankannya karena dianggap sangat penting dan pelanggan telah cukup merasa puas terhadap unsur jasa ini.

2. Kuadran C: Prioritas Rendah

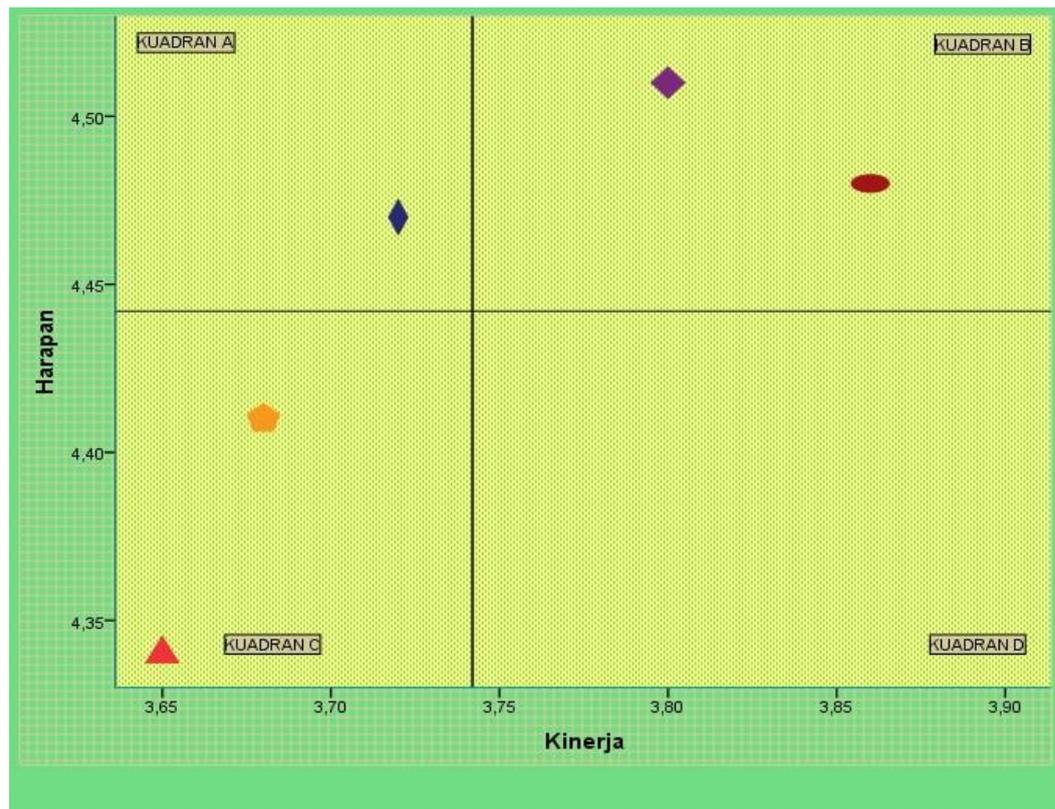
Menunjukkan kelompok item yang dinilai kurang penting oleh pelanggan dan persepsi terhadap kinerjanya juga masih kurang baik, sehingga perusahaan tidak perlu memperhatikannya. Terdapat tiga atribut yang masuk ke dalam kuadran ini, yaitu atribut nomor 6, 8 dan 10. Atribut pada kuadran C mempunyai tingkat kepuasan yang rendah namun sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi pelanggan PT. PLN (Persero) Area Bandung, sehingga PT. PLN (Persero) Area Bandung tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut, cukup sekedar mempertahankan dan menyesuaikan dengan kondisi saat ini.

3. Kuadran D: Kemungkinan Dilakukan Secara Berlebihan

Menunjukkan kelompok item yang dinilai kurang penting oleh pelanggan tetapi persepsi kinerjanya bagus, sehingga perusahaan perlu mengurangi perhatian terhadap item pada kuadran ini dan mengalihkannya ke item lain yang

dinilai penting. Terdapat dua atribut yang masuk ke dalam kuadran ini, yaitu atribut nomor 5 dan 18. Atribut yang masuk ke dalam kuadran D dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan, sehingga pihak

PT. PLN (Persero) Area Bandung tidak perlu terlalu banyak mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut, cukup sekedar mempertahankan dan menyesuaikan dengan kondisi saat ini.



Gambar 3 Rata – Rata Plot Data Harapan Terhadap Kinerja Pada Pelanggan PT. PLN (Persero) Area Bandung

Berdasarkan Gambar 3 pemetaan setiap dimensi pada tiap kuadran dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

1. Dimensi *Empathy* berada di kuadran A (konsentrasi disini). Oleh karena itu atribut pada dimensi

empathy dinilai paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan tetapi persepsi terhadap kinerjanya masih belum maksimal sehingga perusahaan harus berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja dan

memberi perhatian pada atribut di dimensi ini.

2. Dimensi *Reliability* dan *Tangibles* berada di kuadran B (pertahankan kinerja yang baik). Dimensi ini dinilai penting bagi pelanggan PT. PLN (Persero) Area Bandung dan kinerjanya sudah dirasakan maksimal sehingga perlu untuk dipertahankan oleh perusahaan.

3. Dimensi *Responsiveness* dan *Assurance* berada pada kuadran C (Prioritas Rendah). Kedua dimensi yang masuk ke dalam kuadran ini dinilai kurang memuaskan bagi pelanggan PT. PLN (Persero) Area Bandung tetapi juga dinilai relatif kurang penting dampaknya pada kepuasan pelanggan.

4. Atribut Yang Harus Diperbaiki

| No. Pernyataan | Atribut Kepuasan Mahasiswa | Indeks Kepuasan Mahasiswa |
|----------------|---|---------------------------|
| 1 | Petugas tanggap terhadap segala keluhan pelanggan | 0,77 |
| 7 | Petugas tidak asal-asalan saat memberikan pelayanan | 0,82 |
| 9 | Petugas terampil dalam memberikan layanan | 0,83 |

| | | |
|----|--|------|
| 12 | Reputasi petugas PLN yang baik dimata pelanggan | 0,81 |
| 13 | Petugas cermat dalam memberikan layanan | 0,80 |
| 15 | Petugas bersikap ramah dalam memberikan pelayanan | 0,83 |
| 16 | Petugas adil dalam memberikan layanan terhadap semua pelanggan | 0,81 |
| 20 | Adanya kejelasan informasi yang disampaikan petugas kepada pelanggan | 0,81 |

Kesimpulan

1. Pelanggan PLN mempunyai harapan yang sangat tinggi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) DJBB Area Bandung, ditunjukkan oleh skor rata-rata pada garis kontinum yaitu sebesar 89%. Sedangkan, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Bandung masih dibawah harapan. Hal ini ditunjukkan dari skor rata-rata yang didapat yaitu sebesar 75%.

2. Perhitungan indeks kepuasan konsumen, rata-rata nilai yang didapat adalah 0,85. Kenyataan ini menunjukkan bahwa pelanggan PLN Area Bandung cenderung tidak merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Bandung. Kriteria ini didapat dari hasil perbandingan antara persepsi/kinerja aktual petugas lapangan terhadap harapan pelanggan atas pelayanan yang diberikan oleh petugas PT. PLN (Persero) Area Bandung. Kecenderungan ini disebabkan oleh berbanding jauhnya harapan pelanggan terhadap kinerja aktual petugas PLN Area Bandung. Dimensi yang memiliki nilai IPK tertinggi adalah dimensi *responsiveness* dan *tangibles* dengan rata-rata nilai 0,87 sedangkan dimensi yang memiliki nilai IPK terendah adalah dimensi *assurance* dan *empathy* dengan rata-rata nilai 0,83.

Daftar Pustaka

- Alamsyah, Purnama (2008). *Membangun Indeks Kepuasan Pelanggan*. Bandung: Jurnal Bisnis & Manajemen Maret 2008 Vol. IX No. 1
- Alma, Buchari (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Angelo Riviezzo, Alessandro de Nisco, Maria Rosaria Napolitano (2009). *Importance Performance Analysis as a Tool in Evaluating Town Centre Management Effectiveness*. Benevento, Italy: International Journal of Retail & Distribution Management Vol 37 No. 9 2009
- Anggoro, Rahman Bayu (2008). *Evaluasi Kualitas Pelayanan Pendidikan dengan Menggunakan Model Kano di Pusat Pendidikan ISTIBANK Pabelan, Kartasura*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah
- Arikunto, Suharsimi (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi 2010)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azizah, Rahmi Noor (2008). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Penumpang Kelas Eksekutif untuk Perbaikan Kualitas Pelayanan KA Parahyangan Daerah Operasi 2 Bandung (Jurusan Bandung – Jakarta)*, Bandung: Institut Manajemen Telkom.
- Cresswell, John W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed 1st. Celeban Timur*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dian Cahyawati S, Oki Dwipurwani, Yendra Dewi (2011). *Uji Perbedaan Kualitas Pelayanan Proses Pembelajaran Sebelum dan Sesudah Pelaksanaan Program Hibah Kompetisi (PHK) Jurusan Matematika FMIPA Universitas*

- Sriwijaya.Palembang: Jurnal Penelitian sains Vol. 14 No. 4A Tahun 2011
- Eugene Sivadas and Jamie Baker Prewitt (2000). *An Examination of the Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Store Loyalty*.USA: International Journal of Retail and Distribution Management, Volume 28, 2000
- finance.detik.com(diakses tanggal 15 Januari 2014)
- G.S Sureshchandar, Chandrasekharan Rajendran, R.N Anantharaman (2002). *The Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction*. India: Journal of Service Marketing, Vol. 16 No. 4 2002
- Henry Aigbedo dan Ravi Parameswana. (2004). *Importance-Performance Analysis for Improving Quality of Campus Food Service*. Michigan, USA: International Journal of Quality & Reliability Management Vol. 21 No. 8, 2004 <http://staytuned-lapmipwt.blogspot.com/>(diakses tanggal 15 Januari 2014)
- http://www.jabarbanten.pln.co.id/visi_misi.htm
- John C. Keyt, Ugur Yavas, Glen Rlecken (1994). *Importance-Performance Analysis (A Case Study in Restaurant Positioning*. Johnson City, USA: Journal of East Tennessee State University Volume 22 Number 5 1994
- Juwita, Rita (2012). *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Perguruan Tinggi untuk Mengukur Tingkat Kepuasan di Sekolah Administrasi Bisnis dan Keuangan Institut Manajemen Telkom*. Bandung: Institut Manajemen Telkom.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 12 Jilid 2)*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2012). *Marketing Management (Edisi 14)*. England: Pearson.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 2)*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Panji (2012). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk the Botol Sosro*. Indonesia: Jurnal Ilmiah 2012
- Markoni (2011). *Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan*. Indonesia: Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis-ISSN:

- 2008-1375 Edisi ke-VI, November 2011
- Nazir, Moh (2009). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Nia Budi Puspitasari, Hery Suliantoro, Laila Kusumawardhani (2010). *Analisis Kualitas Pelayanan dengan menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano (Studi Kasus di PT. Air Minum Lyonnaise Jaya Jakarta)*. Semarang: Jurnal Teknik Industri UNDIP 2010
- Sekaran, Uma (2006). *Metodologi Penelitian Untuk Bisins (Buku 2, Edisi 4)*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2008). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Suharsaputra, Uhar (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Kalapagunung: Refika Aditama.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius (2011). *Service, Quality & Satisfaction (Edisi 3)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy (2008). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, Dedi Adriana (2008). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wirawan, A. Arief (2010). *Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan Metode Analisis GAP pada CV. Bintang Surya Junjuran (Bajaj Junjuran)*. Bandung: Institut Manajemen Telkom.
- Zeithmal, Valarie A., Bitner, Mary Jo dan Gremier, Dwayne D (2009). *Service Marketing*. Singapore: McGrawHill