

PEMETAAN DAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN JASA WISATA TAMAN AIR PANAS DARAJAT PASS GARUT

Fahmi Mulya Aziz Septiawan¹, Andri Ikhwana², Rina Kurniawati³

Jurnal Kalibrasi
Sekolah Tinggi Teknologi Garut
Jl. Mayor Syamsu No. 1 Jayaraga Garut 44151 Indonesia
Email : jurnal@sttgarut.ac.id

1fahmi_mulya1@yahoo.com
2Andri_ikhwana@sttgarut.ac.id
3Rinakurniawati74@yahoo.co.id

Abstract - This research will be done in Wisata Taman Air Darajat Pass Garut (DP) by spreading questionnaire customers and an interview with the owner and manager staff Electoral Area. Questionnaire consists of 25 questions which represents 5 dimensional quality of service that is direct evidence (Tangibel), reliability (reliability), tanggap (responsiveness), guarantee (assurance), and empathy (empathy). The methods used in the course of research is the method servqual and importance Performance matrix (IPM) and tourism development approach with the draft strategy the increase tourism. From 75 respondents who said that get quality of service that there are 9 is already a good and 5 that they feel it is not yet satisfying, especially in reliability (reliability) of employees to customers who have a problem when he was in the DP Area. Based on the analysis of the draft strategy tourism development, a strategy to improve the quality service excellence as well as to create services that can be used is a strategy usability comparing with the concept that has been there tourism in garut and by adding facilities such as therapy, hot spa body, and public facilities such as money charger.

Key Word: service quality, the Method ServQual, IPM, increased tourism strategy, customer satisfaction.

I. PENDAHULUAN

Darajat Pass (DP) adalah sebuah perusahaan dibidang pariwisata kolam renang air panas yang berpotensi baik serta dapat menjadikan salah satu icon di kabupaten garut. Darajat pass terletak di bagian garut sebelah barat, saat ini DP memiliki beberapa fasilitas yakni water park, swimming pool, penginapan dan rumah makan serta permainan outbound seperti berkuda, ATV, camping area, dan fun game.

Semakin berjalannya waktu persaingan pada bidang wisata air panas ini semakin pesat, hal ini menyebabkan Wisata Darajat Pass harus dapat meningkatkan kembali pelayanan yang diberikan kepada konsumen, hal inilah yang menyebabkan permasalahan mengenai pelayanan di Darajat Pass menjadi perhatian serius, dimana produk utama dari perusahaan ini adalah pelayanan oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk menganalisa tingkat kepuasan konsumen dalam upaya meningkatkan mutu pelayanan yang diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen serta memperbesar peluang bisnis dari apa yang ada sekarang.

Peningkatan kualitas pelayanan dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman dan Leonard L. Barry, A. (1990) yang dikenal dengan service quality (ServQual), yang berdasarkan pada lima bagian atau dimensi kualitas yaitu tangible (bukti langsung), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati).

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk pengukuran atau penilaian seorang onsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterimanya (perceived service) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected service)

Pada Tugas akhir ini akan berfokus dari lima dimensi layanan tersebut, manakah yang paling mendominasi serta mempengaruhi terhadap kepuasan para konsumen Darajat Pass, setelah para konsumen Darajat Pass menerima segala pelayanan yang diberikan. Adapun analisa yang digunakan untuk menganalisa *ServQual*, adalah metode *Importance Performance Matrix* (IPM).

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pengambilan data menggunakan metode survei. Adapun obyek penelitian ini adalah terkait dengan kualitas layanan jasa di (DP) Darajat Pass Garut . Data yang dibutuhkan adalah data primer berupakuesioner tentang kepuasan dan harapan tentang pelayanan Jasa di DP. Data yang dibutuhkan adalah data tingkat persepsi (perceived value) pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterimanya dan data tingkat harapan (expected value) pelanggan terhadap kualitas layanan yang diinginkan.

Cara analisis dilakukan dengan model SERVQUAL, metode ini digunakan untuk menganalisis kesesuaian antara persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas layanan yang ada. Model ini dapat dimunculkan kriteria mana yang memiliki gap sehingga nantinya menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan kualitas layanannya. Cara pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan membandingkan dimensi pelayanan yang diharapkan (expected service) dengan dimensi pelayanan yang diterima (perceived service) pelanggan.

Populasi penelitian adalah semua parawisatawan yang sedang berlibur di DP. Sampel untuk kuesioner dalam penelitian ini sebesar 75 responden. Kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah para wisatawan yang mendapatkan jasa pelayanan di DP saat mereka berlibur di DP serta jajarannya yang bisa membaca dan menulis, dan bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Setelah data terkumpul dari hasil penyebaran kuisisioner SERVQUAL, selanjutnya dilakukan kegiatan analisis data. Kegiatan analisis data ini terdiri dari empat tahap yaitu :

a) Tahap Persiapan

Pada tahap awal ini dilakukan beberapa kegiatan antara lain :

Pengolahan data dilakukan berdasarkan literatur yang digunakan dengan asumsi-asumsi yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam hal ini metode yang digunakan adalah metode *Service Quality* dan *importance Performance Matriks or Importance Performance Analisis (IPM/IPM)*. Tahap awal ini terdapat beberapa kegiatan yaitu memindahkan isi data kuesioner yang telah diisi para responden. Selanjutnya memeriksa kelengkapan isi data kuesioner yang telah diisi dan memisahkan data yang dianggap cacat atau tidak valid yaitu dengan uji validitas dan reliabilitas.

b) Tahap Analisis

Tahap ini dilakukan beberapa perhitungan untuk mengolah data-data yang telah dikumpulkan agar dapat menguji data yang telah dikumpulkan dari pengambilan kuesioner.

c) Tahap Pembahasan.

Pada tahap ini setiap pertanyaan dari masing-masing dimensi *ServQual* mempunyai variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan responden berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan responden. Dimana setelah dilakukan perhitungan dalam pengolahan data yang ada, yaitu dengan menggunakan rumus :

Perhitungan nilai Gap *Servqual* adalah sebagai berikut :

Servqual score weighted for importance = (Percepstion score – Expectation score)

Kemudian dilakukan perhitungan Tingkat kepuasan pelanggan dengan rumus (Tjiptono,2004):

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \quad \dots (1)$$

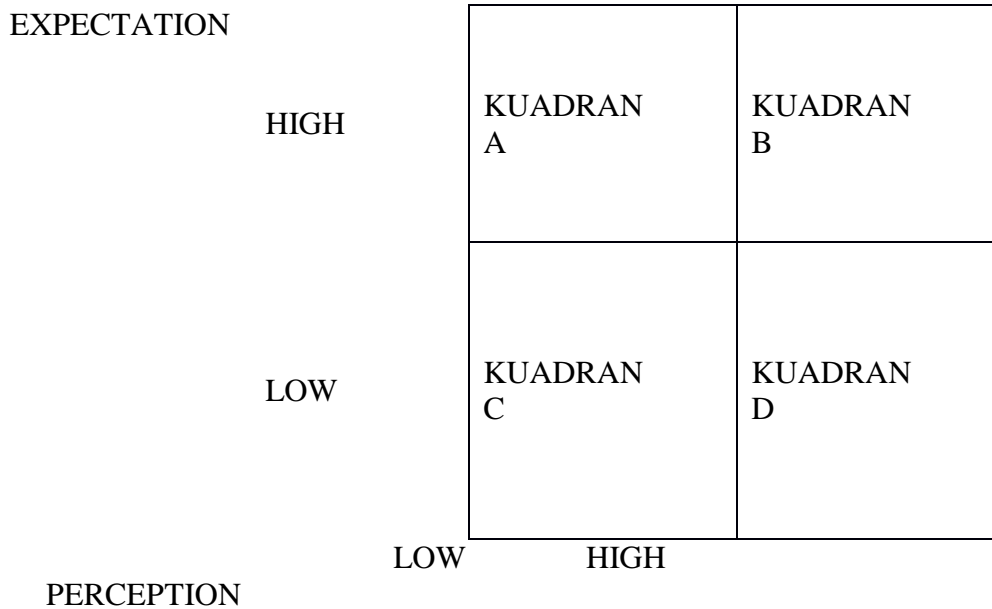
Keterangan :

TKi = Tingkat Kepuasan pengunjung Darajat Pass

Xi = Total Skor penilaian kinerja Darajat Pass

Yi = Total Skor penilaian kepentingan/harapan pengunjung darajat Pass

Setelah dihitung tingkat kepuasan antara kepentingan dan kinerja yang dilakukan kemudian dapat dijabarkan dalam IPM *Framework* yang telah dimodifikasi sebagai berikut:



Gambar 3.3 IPM *Framework* yang Telah Dimodifikasi

- 1) Kuadran A – Prioritas Pertama
Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen sehingga mengecewakan/tidak puas.
- 2) Kuadran B – Pertahankan Prestasi
Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- 3) Kuadran C – Prioritas Rendah
Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen. Pelaksananya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- 4) Kuadran D – Berlebihan
Menunjukkan faktor yang menurut konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

d) Analisa Strategi Peningkatan Pelayanan

Strategi yang akan digunakan adalah dari hasil pemetaan model IPM, dimana hasil tersebut di ambil dari lima dimensi SERVQUAL, yaitu *tangible* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsive* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati), kemudian menganalisa pada bagian SERVQUAL manakah yang nantinya akan dijadikan sebagai strategi untuk peningkatan kualitas pelayanan yang akan di lakukan serta melakukan pengembangan wisata berdasarkan teori yang ada.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik 75 responden pengunjung Darajat Pass yang terpilih di Taman Air Panas Darajat Pass Garut di tunjukkan pada tabel 1.

Menurut jenis kelamin terdapat 43 (57,33%) responden laki-laki dan 32 (42,67%) responden perempuan. Sedangkan menurut tingkat pekerjaan, sebanyak 8 orang PNS, 23 orang Wiraswasta, 31 orang Pelajar, dan 13 orang dengan criteria pekerjaan yang lainnya.

Karakteristik responden menurut kelompok usia paling banyak adalah usia 16- 25 tahun.

Tabel 3.1 Karakteristik Responden Penelitian

Kategori	Frekuensi	Persentase
Perempuan	32	42,67%
Laki-laki	43	57,33%
Umur (Tahun)	Frekuensi (F)	Persentase (%)
16 -25	36	48
26 – 30	10	13
31 – 35	8	11
36 – 40	13	17
> 40	8	11
Pekerjaan	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Lainnya	13	17,33
PNS	8	10,67
Wirawasta	23	33,33
Pelajar/ Mahasiswa	31	38,67

3.2 Hasil Pengolahan

Hasil pengolahan data hasil kuesioner tentang perolehan nilai GAP atau kesenjangan antara harapan dan kenyataan pelayanan di Darajat Pass Garut.

Tabel 3.2 Tingkat Kesenjangan (Gap) Pelayanan Jasa Di Darajat Pass Garut.

DIMENSI		Rata-rata Kepuasan	Rata-rata Kepentingan	GAP
Tangible	Fasilitas fisik umum (kursi, meja, gedung, dll) terlihat bagus dan menarik	3,48	3,89	-0,41
	Fasilitas Pelayanan (Panorama, Penginapan, Permainan)	3,72	4,13	-0,41
	Karyawan berpenampilan rapi & meja kerja tertata rapi	3,25	3,77	-0,52
	Peralatan pelayanan pelanggan seperti brosur, poster dan pamphlet terlihat jelas dan menarik.	3,37	4,00	-0,63
	Luas lahan wisata dan area parkir	3,72	4,43	-0,71
	Kebersihan ruangan dan area Darajat Pass	3,61	4,25	-0,64
Reliability	Darajat Pass memenuhi janji-janji- pelayanan yang diberikan	3,17	3,71	-0,53

DIMENSI		Rata-rata Kepuasan	Rata-rata Kepentingan	GAP
	Darajat Pass melayani dengan baik sejak pertama kali saya berkunjung	3,11	3,73	-0,63
	Ketika anda mempunyai masalah maka pihak Darajat Pass akan segera membantu.	3,20	4,17	-0,97
	Pelayanan Fasilitas Bungalow, tempat parkir, wc dll, memadai.	3,24	4,03	-0,79
Responsive	Karyawan Darajat Pass memberikan pelayanan tepat di saat Anda membutuhkannya	3,23	3,64	-0,41
	Karyawan Darajat Pass memberikan pelayanan secara cepat kepada Anda	3,16	3,69	-0,53
	Karyawan Darajat Pass selalu bersedia untuk membantu anda	3,19	3,69	-0,51
	Karyawan Darajat Pass tidak pernah terlalu sibuk dan akan selalu memiliki waktu untuk melayani permintaan anda.	3,17	3,76	-0,59
	Karyawan Darajat Pass siap siaga menolong dan membantu Anda	3,36	4,09	-0,73
Assurance	Sikap karyawan Darajat Pass professional dan membuat anda yakin dengan kualitas pelayanan yang mereka berikan.	3,11	3,92	-0,81
	Anda merasa aman dan nyaman saat berwisata di Darajat Pass	3,19	3,72	-0,53
	Karyawan Darajat Pass secara konsisten bersikap ramah terhadap anda	3,29	4,09	-0,80
	Karyawan Darajat Pass mempunyai pengetahuan yang baik untuk dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang anda ajukan.	3,31	3,99	-0,68
	Keamanan kendaraan yang di parkir	3,48	4,12	-0,64
	Keamanan di area Darajat pass (kolam, penginapan, dll)	3,47	4,04	-0,57
Empathy	Darajat Pass memberikan anda perhatian khusus secara individu.	3,24	3,89	-0,65
	Darajat Pass beroperasi pada waktu yang sesuai dengan pelanggannya	2,99	3,48	-0,49
	Darajat Pass meninggalkan kesan yang baik di hati anda.	3,07	3,55	-0,48
	Karyawan Darajat Pass memahami kebutuhan khusus masing-masing pelanggannya	3,28	3,33	-0,05

3.3 Analisis SERVQUAL

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner dapat dilihat pada tabel 2 bahwa keseluruhan atribut layanan menunjukkan masih adanya gap. Sebenarnya besarnya nilai rata-rata kepuasan yang dirasakan oleh para responden masih menunjukkan kinerja yang cukup bagus dengan rata-rata nilai kepuasan di atas nilai 3 Nilai tersebut menunjukkan bahwa respon pelanggan terhadap layanan jasa yang diberikan pihak Darajat Pass Garut cukup Puas, namun begitu harapan responden terhadap kualitas layanan Darajat Pass Garut menginginkan layanan yang lebih baik lagi. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata harapan mereka di atas nilai 4. Perolehan nilai ini menunjukkan bahwa para pengunjung Darajat Pass menginginkan adanya harapan kualitas layanannya dapat ditingkatkan lagi.

Tabel 4.1 Pengurutan Prioritas Perbaikan Kinerja pelayanan ServQual

Dimensi Pernyataan	Nilai Kenyataan	Nilai Harapan	Nilai Gap 5
<i>Reliability</i>	3,27	3,98	-0,71
<i>Assurance</i>	3,35	3,99	-0,64
<i>Responsiveness</i>	3,2	3,8	-0,60
<i>Empathy</i>	3,51	4,05	-0,54
<i>Tangibel</i>	3,14	3,56	-0,42

3.4 Analisa Tingkat Kepuasan Pengunjung

Analisis tingkat kesesuaian/kepuasan pengunjung dilakukan dengan membandingkan skor harapan/tingkat kepentingan pengunjung dan skor kinerja Darajat Pass atas item atau atribut dari dimensi penelitian. Hasil analisis kesesuaian /kepuasan pengunjung pada masing-masing dimensi dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Tingkat kepuasan terhadap dimensi Tangibel

Kategori Jawaban	Harapan (Yi)			Kategori Jawaban	Kinerja (Xi)		
	skor	Frek.	SxF		skor	Frek.	SxF
Sangat Tidak Penting	1	4	4	Sangat Tidak Puas	1	0	0
Tidak Penting	2	4	8	Tidak Puas	2	82	164
Cukup Penting	3	109	327	Cukup Puas	3	135	405
Penting	4	168	672	Puas	4	147	588
Sangat Penting	5	165	825	Sangat Puas	5	86	86
Jumlah		450	1836	Jumlah		450	1243

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat kepentingan dan kinerja terhadap Darajat Pass atas Dimensi Tangibel yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang ada, terutama fasilitas yang menjadi utama yaitu kolam renang, waterboom, permainan outbound, dan lahan parkir pada tabel di atas, maka dapat ditentukan tingkat kepuasan para pengunjung yaitu sebagai berikut:

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100$$

$$TK_i = \frac{1243}{1836} \times 100$$

$$TK_i = 68\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan setiap dimensi maka didapat tingkat kepuasan pengunjung masing-masing adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Tingkat Kepuasan Pengunjung Perdimensi

Dimensi	Tingkat Kepuasan (%)
Tangibel	68
Responsive	85
Reliability	81
Empathy	88
Assurance	83

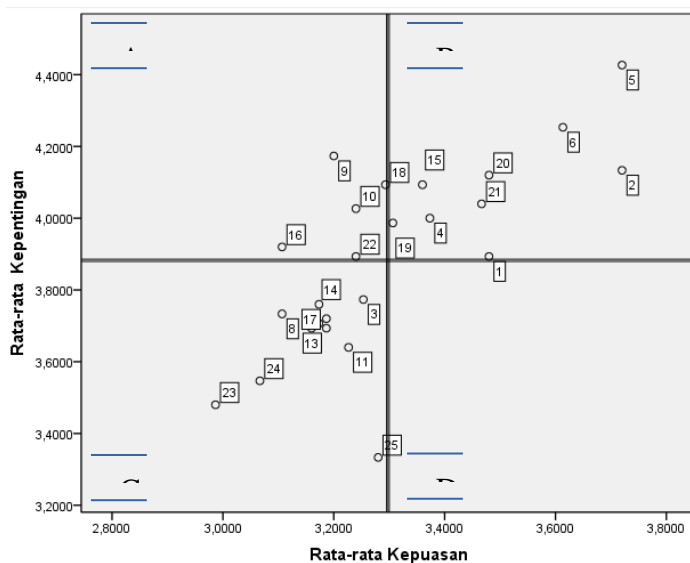
Berdasarkan Tabel tingkat kepuasan di atas maka dapat dikatakan bahwa untuk dimensi Tangibel masih kurang memuaskan bagi para pengunjung, artinya dari segi fasilitas atau bentuk

fisik yang lain masih dirasakan kurang memuaskan bagi para pengunjung maka dari itu pihak tempat wisata perlu meningkatkan kembali kualitas pelayanan yang ada serta menambahkan fasilitas-fasilitas yang kurang, seperti bungalow tempat duduk atau loker penyimpanan barang.

3.5 Analisis Hasil Nilai IPM (Importance Performance Matriks)

Alat yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan pengunjung Darajat Pass adalah *Importance Performance Matrix* (IPM). IPM digunakan untuk mengukur sejauh mana kinerja dari atribut pelayanan yang diberikan oleh Darajat Pass mempengaruhi harapan para pengunjung, sehingga pengunjung merasa puas. Hasil perhitungan diperoleh dari perhitungan rata-rata dari tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan siswa melalui penyebaran kuesioner, kemudian hasil yang diperoleh dipetakan kedalam peta kartesius. Setelah dipetakan, maka akan terlihat bagaimana kinerja Darajat Pass terhadap atribut pelayanan setiap masing-masing dimensi dan memberikan informasi apakah masih perlu melakukan perbaikan atau tetap dipertahankan kinerjanya.

Setelah menghitung tingkat kepentingan serta kinerja masing-masing atribut. Rerata tingkat kepentingan Darajat pass adalah 3,89 dan rerata tingkat kepuasan sebesar 3,30. Rata-rata tingkat kepentingan dan kepuasan digambarkan kedalam matrik dua dimensi, yaitu diagram kartesius. Hasil dari ke 25 atribut kualitas pelayanan yang disajikan dalam gambar grafik important performance matriks telah diperoleh pada bab sebelumnya Gambar 4.1 (BAB IV), pada gambar 4.1 dapat diketahui bahwa letak atribut-atribut kualitas jasa pelayanan Darajat Pass berdasarkan tingkat kepentingan dan kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung terbagi menjadi empat bagian yaitu Kuadran A, B, C, dan D. Untuk lebih mendapatkan hasil yang lebih rinci dapat dilihat pada analisa IPM berikut.



Gambar 4.1

- 1) Kuadran A – Prioritas Pertama
Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan konsumen sehingga mengecewakan/tidak puas adalah pada atribut no 9, 10, 16, 18, dan 22.
- 2) Kuadran B – Pertahankan Prestasi
Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan adalah pada atribut no 1, 2, 4, 5, 6, 15, 19, dan 20.
- 3) Kuadran C – Prioritas Rendah
Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen.

Pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan adalah pada atribut no 3, 7, 8, 11, 17, 23, 24, dan 25.

4) **Kuadran D – Berlebihan**

Pada kuadran D ini Menunjukkan faktor yang menurut konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan kosong artinya tidak terdapat atribut yang menunjukkan atribut yang kurang penting namun pengguna sangat puas atau berlebihan.

3.6 Analisa Strategi Pelayanan Yang Tepat Bagi Darajat Pass

Strategi peningkatan kualitas yang dapat diterapkan menurut David, (p.231, 2004), strategi yang cocok untuk peningkatan kualitas pelayanan jasa di Darajat Pass yaitu Strategi Intensif, strategi intensif tersebut yaitu Penetrasi pasar, dan pengembangan produk yang dilakukan secara intensif atau secara terus menerus karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan. Strategi intensif dapat dilakukan dengan memperhatikan beberapa faktor mengenai pengembangan pariwisata khususnya Darajat Pass yang berlatar belakang sebagai tempat wisata yang berjenis layanan dalam bidang pemandian air panas, penginapan, dan area bermain outdoor (ATV, *flaying Fox*, berkuda, *Camping area*, *fun Game*).

Faktor-faktor untuk strategi peningkatan kualitas jasa layanan DP diantaranya:

1. Faktor Wisatawan
2. Faktor Transportasi
3. Faktor Atraksi/objek wisata
 - a) apa yang dapat dilihat
 - b) Apa yang dapat dilakukan
 - c) Apa yang dapat dibeli
4. Faktor Fasilitas pelayanan
5. Faktor Informasi dan promosi

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

1. Dari penelitian mengenai penilaian kepuasan pengunjung di Wisata Taman Air Darajat Pass, terdapat 11 atribut yang mempengaruhi penilaian terhadap kinerja pelayanan jasa, ke 11 atribut tersebut merupakan atribut yang terdapat pada kuadran C. Serta berdasarkan analisis IPM, terdapat 5 atribut yang paling penting namun kinerjanya tidak memuaskan pengunjung. Salah satu prioritas atribut dengan nilai kinerja yang paling tidak memuaskan itu adalah “Ketika anda mempunyai masalah maka pihak Darajat Pass akan segera membantu”. Untuk meningkatkan kinerja pada atribut ini maka perlu dilakukan pengawasan terhadap setiap kinerja karyawan serta memberikan teguran apabila tidak melayani pengunjung dengan baik dan memberikan pelatihan yang dapat membantu kinerja karyawan agar lebih baik lagi.
2. Berdasarkan Analisis Strategi pengembangan wisata dengan menggunakan 5 faktor pengembangan tempat wisata, strategi yang digunakan yaitu strategi intensif dimana pihak Darajat Pass perlu melakukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan, dengan mempertahankan kinerja yang ada serta menambahkan fasilitas layanan jasa lain seperti terapi air panas, *spa body*, dan fasilitas umum seperti ATM/*Money changer*.

4.2 Saran

1. Pihak darajat pass harus memperbaiki kinerja atribut-atribut yang dinilai kualitas jasanya dianggap penting oleh pengunjung akan tetapi kinerjanya dianggap masih rendah atau kurang memuaskan yaitu atribut yang terdapat pada kuadran A, sehingga pengguna tidak merasa kecewa dan mau kembali berkunjung ke Darajat Pass.

2. Mengembangkan jasa layanan seperti spa body, terapi air panas serta penambahan fasilitas umum lainnya akan menambah kualitas pelayanan dan dapat menjadi keunggulan dari pesaing yang lain.
3. Bagi peneliti lain, dapat melakukan penelitian lebih lanjut dari penelitian ini dengan melakukan analisis terhadap hubungan antara tingkat kepuasan pengunjung dengan karakteristik pengunjung dan juga dengan menindaklanjuti batasan-batasan yang ada agar hasil penelitian dapat diperoleh lebih baik dan sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

- 1 Arisutha, Damartaji, 2005. *Dimensi Kualitas Pelayanan*. Penerbit Gramedia Pustaka, Jakarta.
- 2 Brandt, D.R. (2000). *An "Outside-In" Approach to Determining Customer-Driven Priorities for Improvement and Innovation. Burke White Paper Series. Volume 2 – 2000.*
- 3 Gaspersz, Vincent, 2003. *Manajemen Bisnis Total - Total Quality Management*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- 4 Heskett, Robert, 1990. *Service Profit Chain Model*. Prentice Hall, California Press.
- 5 Huseni, Umar, 2000, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, Jakarta: Erlangga.
- 6 Indiriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis : Untuk Akutansi dan Manajemen*. Edisi I Cetakan II. Yogyakarta:
- 7 BPFE.
- 9 Kaplan, Robert S and David P. Norton, 2004, *Strategy Maps*, Harvard Business
- 10 School Press, Boston.
- 11 Kotler, Phillip. (1996). "Marketing Management". New York: Prentice Hall
- 12 Margaretha, 2003. *Kualitas Pelayanan: Teori dan Aplikasi*. Penerbit Mandar Maju, Jakarta.
- 13 Oka A. Yoeti. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa. Bandung
- 14 Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- 15 Peter, J.H., 2003. *Service Management in Managing The Image*. Trisakti University, Jakarta.
- 16 Purwoko, Bambang, A., 2000. *Asocial Security Highlight in Indonesia: An Economic Perspective*. Komunika Jaya Pratama, Jakarta.
- 17 Samuelson, Jeniston, 2000. *Application of Quality Service Theory*. Published by John Wiley and Sons, USA.
- 18 Stemvelt, Robert C., 2004. (Diterjemahkan oleh Purwoko) *Perception of Service Quality*. Allyn and Bacon, Massachusetts.
- 19 Tjiptono, Fandy, 2004. *Kepuasan dalam Pelayanan*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- 20 Tjiptono, Fandy, 2002. *Manajemen Jasa*. Andi, Yogyakarta.
- 21 Turner, Wayne C. 2000, *Introduction to Industrial Systems Engineering*. Prentice-Hall Inc. Englewood Cliffs, New Jersey
- 22 Zeithmal, Valeri A., A. Parasuraman, dan Leonard L Berry, (1990), "Delevering Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectations". The Free Press. New York