

## **SERVQUAL ANALYSIS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BENGKEL OMEGA LESTARI MANDIRI**

**Yudha Pratama Adinegoro**

Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Universitas Singaperbangsa Karawang

E-mail : [yudhapratamaadi@gmail.com](mailto:yudhapratamaadi@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*In an effort to serve customer needs, Omega Lestari Workshop always wants to improve the quality of its services. With so many competitors, Omega Lestari Workshop must be able to maintain its customers. The purpose of this study was to determine the level of consumer satisfaction at Omega Lestari Workshop. This research was conducted by distributing questionnaires to 85 workshop customers. The results of the questionnaire were analyzed using the SERVQUAL and IPA methods. There are 5 dimensions that are measured, namely tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. Based on the results of the research, the proposed improvement given to Omega Lestari Workshop is to evaluate and repair the workshop workers and carry out routine cleaning of the workshop environment and other equipment to make it look neat, as well as adding supporting facilities such as a waiting room equipped with a TV, magazines, and fans so that consumers don't feel bored while waiting for repairs on customers' vehicles*

**Keywords** : Importance Performance Analysis; Customer Satisfaction; SERVQUAL

### **ABSTRAK**

*Dalam usaha melayani kebutuhan pelanggan, Bengkel Omega Lestari selalu ingin meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan banyaknya kompetitor yang ada membuat Bengkel Omega Lestari harus dapat mempertahankan pelanggan yang dimilikinya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen Bengkel Omega Lestari. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 85 pelanggan bengkel. Hasil kuesioner tersebut dianalisis dengan menggunakan metode SERVQUAL dan IPA. Terdapat 5 dimensi yang diukur yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Berdasarkan hasil penelitian, usulan perbaikan yang diberikan kepada Bengkel Omega Lestari adalah melakukan evaluasi dan perbaikan dari para pekerja bengkel dan melakukan kegiatan rutin bersih-bersih lingkungan bengkel maupun peralatan yang lain agar terlihat rapi, serta menambahkan fasilitas penunjang seperti ruang tunggu yang dilengkapi dengan TV, majalah, dan kipas angin sehingga konsumen tidak merasa bosan ketika menunggu perbaikan pada kendaraan pelanggan*

**Kata kunci** : Importance Performance Analysis; kepuasan pelanggan; SERVQUAL

## **PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi, pasar bisnis menuntut setiap perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan kualitas produknya, hal ini juga berlaku bagi perusahaan jasa sekalipun, terutama dalam hal meningkatkan kualitas pelayanannya. Kepuasan konsumen merupakan faktor terpenting bagi perusahaan yang bersangkutan, agar perusahaan dapat terus berdiri dan berkembang (Salim dkk, 2015).

PT. Omega Lestari Mandiri merupakan suatu badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa pelayanan service dan pemeliharaan kendaraan bermotor roda empat serta merupakan bengkel umum perwakilan ASTRA untuk mobil merk Daihatsu dan Isuzu. Bengkel Omega Lestari Mandiri dapat melayani service berkala, ganti oli, penggantian suku cadang, perawatan, penjualan suku cadang, body repair, service AC, sporing balancing, tambal ban tubless dan washing. Pada bulan Januari – Juni

tahun 2020, tercatat ada 577 kendaraan yang melakukan service ataupun pemeliharaan di Bengkel Omega Lestari Mandiri.

Guna mengetahui kualitas pelayanan yang didapatkan oleh para konsumen, dilakukan pra survey kepada 30 konsumen yang melakukan perbaikan atau pemeliharaan di Bengkel Omega Lestari Mandiri. Kuesioner yang dibagikan terdiri dari dimensi-dimensi yang ada pada Metode Service Quality, namun yang akan ditampilkan pada tabel 1 hanya pernyataan yang paling banyak mendapatkan tanggapan negatif dari para konsumen. Berikut hasil dari pengolahan data kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 1 Hasil Pra Survey di Bengkel Omega Lestari Mandiri**

No.	Pernyataan yang paling sering ditanggapi negatif	Jumlah tanggapan negatif	Persentase (%)
1	Kebersihan & Kenyamanan Fasilitas (Toilet, tempat ibadah, dll)	27	90
2	Seluruh Karyawan mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen	16	53,33

Sumber: Pra survey kepada Konsumen

Berdasarkan hasil prasurvey yang dilakukan oleh peneliti, tabel 1 menunjukkan bahwa terdapat masalah pada kebersihan dan kenyamanan fasilitas dengan pemberi tanggapan yang negatif sebanyak 27 respon dari 30 responden. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kurang puasnya konsumen terhadap fasilitas yang tersedia di Bengkel Omega Lestari Mandiri. Masalah selanjutnya terdapat pada seluruh karyawan yang belum maksimal dalam menjawab pertanyaan konsumen, terlihat ada beberapa konsumen yang merasa kurang puas dan memberikan tanggapan negatif.

a. Rumusan Masalah

Dari paparan latar belakang, masalah yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan bengkel Omega Lestari Mandiri menggunakan metode *SERVQUAL*?
2. Apa saja atribut kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan di Bengkel Omega Lestari Mandiri berdasarkan Metode *Importance Performance Analysis*?
3. Bagaimana urutan prioritas perbaikan pelayanan yang perlu dilakukan oleh Manajemen Bengkel Omega Lestari Mandiri berdasarkan Pehitungan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*?

b. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan pelayanan di Bengkel Omega Lestari Mandiri menggunakan Metode *SERVQUAL*.
2. Mengetahui atribut-atribut kualitas pelayanan di Bengkel Omega Lestari Mandiri yang perlu ditingkatkan berdasarkan Metode *Importance Performance Analysis*.
3. Mengetahui urutan prioritas perbaikan pelayanan yang perlu dilakukan oleh Manajemen Bengkel Omega Lestari Mandiri berdasarkan Pehitungan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*

c. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Sebagai bahan masukan serta informasi bagi bengkel terkait untuk merumuskan kebijakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pengguna layanan.
2. Meningkatkan wawasan serta kemampuan mengenai teori kepuasan pelayanan guna memajukan suatu usaha dalam industri jasa.

## METODOLOGI PENELITIAN

### a. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, pengambilan data yang dilakukan oleh Peneliti dengan menyebarkan Kuesioner berupa kertas dan google form yang berisi pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan dimensi-dimensi Metode SERVQUAL. Objek yang diteliti berasal dari konsumen Bengkel Omega Lestari Mandiri untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam pelayanan kualitas.

### b. Populasi dan Sampel

Survei atau penyebaran kuesioner dilakukan pada konsumen yang sudah atau telah merasakan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bengkel Omega Lestari Mandiri. Menurut data historis bengkel Omega Lestari Mandiri dari bulan Januari sampai bulan Juni 2020, jumlah konsumen yang melakukan perbaikan/pemeliharaan sebanyak 577 unit. Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \dots \dots \dots (3.1)$$

Di mana, n adalah jumlah sampel yang akan dicari, N adalah jumlah populasi yang telah diketahui, dan e adalah batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) yang bernilai 10% atau 0,1. Penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus slovin yaitu sebagai berikut: N

$$n = \frac{1 + N(e)^2}{577}$$

$$n = \frac{1 + 577(0,1)^2}{577}$$

n = 85,22 sampel, dibulatkan menjadi 85 sampel.

### c. Teknik Pengolahan Data

#### 1. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah data hasil kuesioner telah valid atau tidak. Uji validitas yang digunakan adalah pearson product moment. Bila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka pernyataan atau atribut dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan valid. Bila nilai r hitung lebih kecil dari r tabel, maka pernyataan atau atribut dalam kuesioner itu tidak valid. Pengujian validitas dalam penelitian ini dibantu perangkat lunak (software) Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 23.

#### 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menggambarkan keandalan dari pernyataan atau atribut yang digunakan dalam kuesioner. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dibantu perangkat lunak (software) Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 23. Menurut Sekaran (2006) dalam Nusaputra (2014), nilai angka cronbach's alpha di atas 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

#### 3. Metode Service Quality (SERVQUAL)

Metode ini dapat membantu dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami persepsi dan keinginan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan. Gap yang dicari atau digunakan adalah gap 5 (service gap) yaitu gap antara jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan.

#### 4. Metode Importance-Performance Analysis (IPA)

Metode IPA adalah teknik untuk atribut prioritas berdasarkan pada pengukuran kinerja dan kepentingan yang diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) sebagai metode untuk mengembangkan dan menganalisis strategi bisnis. 5. Indeks Potential Gain in Customer Values (PGCV) Menurut Hom (1997) Indeks PGCV adalah sebuah peralatan yang sering digunakan dalam metode analisa pemasaran. Dalam analisa PGCV juga melibatkan tingkat performansi (Performance) dan kepentingan (importance) yang digunakan untuk menetapkan skala prioritas perbaikan suatu kinerja atau pelayanan.

#### 6. Analisis Crosstab

Analisis Crosstab digunakan untuk mengatur data guna keperluan analisis statistik, untuk mengetahui dan mengidentifikasi apakah ada korelasi atau hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, serta untuk membantu dalam menjawab tujuan pada penelitian ini.

7. Indeks Kepuasan Pelanggan

Indeks kepuasan pelanggan digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan suatu pelayanan, serta untuk membantu dalam menjawab tujuan pada penelitian ini.

d. Metode Analisa Data

Data yang telah terkumpul, berikutnya akan diolah dengan beberapa proses sebagai berikut:

1. *Coding*, adalah tahap mengklasifikasikan data berdasarkan kategori tertentu.
2. *Editing*, adalah tahap mengkoreksi kesalahan yang ada pada data yang harus dilakukan secara berulang-ulang dan cermat.
3. *Tabulating*, adalah tahap penyusunan data berdasarkan jenis-jenis data, serta perhitungan kualitas dan frekuensi data yang disajikan dalam bentuk tabel-tabel.
4. *Scoring*, adalah tahap mengubah data yang bersifat kualitatif ke dalam data yang bersifat kuantitatif. Dalam penentuan skor ini digunakan skala likert dengan 5 (lima) kategori penilaian. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Tabel 3.1 akan menunjukkan skala likert beserta kategori penilaian dan bobot skor yang akan dipakai pada penelitian.

**Tabel 2 Skala Likert**

Harapan/Kepentingan	Persepsi/Kinerja	Bobot skor
Sangat penting	Sangat puas	5
Penting	Puas	4
Cukup	Cukup	3
Tidak penting	Tidak puas	2
Sangat tidak penting	Sangat tidak puas	1

Sumber: Sugiyono (2013)

**PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

a. Pengumpulan Data

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sering melakukan perbaikan/perawatan kendaraannya di bengkel Omega Lestari Mandiri. Tentunya konsumen sudah atau telah merasakan pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel Omega Lestari Mandiri, dengan jumlah sampel 85 orang. Pada saat proses pengumpulan data sempat terganggu karena pandemi, penyusun memberikan kuesioner kepada responden, dan selanjutnya dititipkan beberapa formulir ke bagian kasir untuk dimintai tolong agar disebarakan kepada konsumen. Dibuatkan juga google formulir untuk melengkapi data, dimana bagian kasir yang menyebarkan google formulir tersebut. Jumlah responden dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut.

**Tabel 3 Jumlah Responden Berdasarkan Lokasi Pemberian Kuesioner**

No	Lokasi	Jumlah (Orang)
1	Bengkel Omega Lestari Mandiri	60
2	Google formulir	25
	Total	85

Berdasarkan Tabel 4.1 hanya ada 2 lokasi penyebaran kuesioner karena keterbatasan aktivitas pada saat pengumpulan data. Pada pengisian kuesioner, responden diharuskan mengisi identitas diri yang meliputi, jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

b. Perhitungan Metode *Service Quality (SERVQUAL)*

Metode *SERVQUAL* akan menampilkan data berupa nilai kinerja, nilai harapan, dan *gap*. Nilai kinerja dan nilai harapan merupakan nilai yang berasal dari pendapat para pengguna layanan atas pelayanan yang telah diberikan. Sementara itu, *gap* didapat dari selisih antara nilai harapan dan nilai kinerja. Adapun nilai kinerja, nilai harapan, dan *gap* untuk pernyataan atau atribut dalam kuesioner akan kualitas pelayanan di bengkel Omega Lestari Mandiri dapat dilihat pada Tabel berikut:

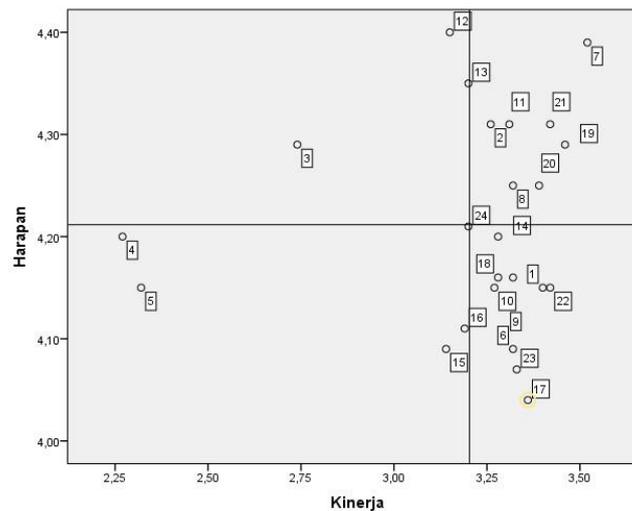
**Tabel 4 Hasil Perhitungan Menggunakan Metode *SERVQUAL***

<b>Kualitas dimensi</b>	<b>Pernyataan ke-</b>	<b>Kinerja</b>	<b>Harapan</b>	<b>Gap</b>
Tampilan Fisik ( <i>Tangible</i> )	1	3,40	4,15	-0,75
	2	3,26	4,31	-1,05
	3	2,47	4,29	-1,55
	4	2,27	4,20	-1,93
	5	2,32	4,15	-1,84
	6	3,32	4,09	-0,78
	7	3,52	4,39	-0,87
Keandalan ( <i>Reliability</i> )	8	3,32	4,25	-0,93
	9	3,32	4,16	-0,85
	10	3,27	4,15	-0,88
	11	3,31	4,31	-1,00
	12	3,15	4,40	-1,25
Daya Tanggap ( <i>Responsivness</i> )	13	3,20	4,35	-1,15
	14	3,28	4,20	-0,92
	15	3,14	4,09	-0,95
Jaminan ( <i>Assurance</i> )	16	3,19	4,11	-0,92
	17	3,36	4,04	-0,67
	18	3,28	4,16	-0,88
	19	3,46	4,29	-0,84
Empati ( <i>Empahty</i> )	20	3,39	4,25	-0,86
	21	3,42	4,31	-0,88
	22	3,42	4,15	-0,73
	23	3,33	4,07	-0,74

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa semua atribut atau pernyataan dalam kuesioner *gap*nya negatif, yang berarti pengguna layanan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bengkel Omega Lestari Mandiri.

c. Perhitungan Metode *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode *IPA* akan menampilkan diagram scater dengan persebaran kriteria-kriteria penilaian kualitas pelayanan di bengkel Omega Lestari Mandiri dalam 4 kuadran. Diagram tersebut digunakan untuk memudahkan dalam pembacaan data sehingga akan mempermudah mendapatkan usulan-usulan perbaikan. Adapun diagram scater yang menampilkan persebaran kriteria-kriteria penilaian dapat dilihat pada Gambar berikut.



Gambar 1 Diagram IPA

Berdasarkan Gambar 4.3, dapat dilihat bahwa setiap kriteria penilaian tersebar pada empat kuadran IPA. Dalam kuadran tersebut terdapat sumbu x yang merupakan tingkat performansi atau kinerja, dan terdapat pula sumbu y yang merupakan tingkat kepentingan atau harapan dari seluruh kriteria penilaian. Penjabaran mengenai kriteria penilaian pada kuadran IPA adalah sebagai berikut:

1. Kuadran A

Dapat dilihat pada gambar 4.2, terdapat 3 pernyataan yang masuk dalam kuadran A IPA, yang berarti pengguna layanan mengharapkan tingkat kepentingan yang tinggi, tetapi kinerja yang dihasilkan kurang maksimal, sehingga perlu adanya perbaikan guna terciptanya kepuasan pengguna layanan.

2. Kuadran B

Berdasarkan Gambar 4.3, terdapat 7 pernyataan yang masuk dalam kuadran B IPA, yang berarti pengguna layanan mengharapkan tingkat kepentingan yang tinggi, sekaligus kinerja yang dihasilkan sudah memuaskan. Dengan hasil kinerja yang memuaskan, penyedia jasa harus bisa mempertahankan ataupun lebih meningkatkan lagi kinerja tersebut, agar kepuasan pengguna layanan tetap terjaga.

3. Kuadran C

Berdasarkan Gambar 4.3, terdapat 5 pernyataan yang masuk dalam kuadran C IPA, yang berarti pengguna layanan mengharapkan tingkat kepentingan yang rendah, sekaligus kinerja yang dihasilkan rendah. Tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah membuat pengguna layanan tidak merasa terganggu karena memang bukan merupakan prioritas utama. Meskipun bukan merupakan prioritas utama, namun penyedia jasa tetap harus melakukan perbaikan terhadap pernyataan atau atribut pelayanan tersebut, setelah melakukan perbaikan pada pernyataan atau atribut yang menjadi prioritas utama.

4. Kuadran D

Berdasarkan Gambar 4.2, terdapat 9 pernyataan yang masuk dalam kuadran D IPA, yang berarti pengguna layanan mengharapkan tingkat kepentingan yang rendah, tetapi kinerja yang dihasilkan berintensitas tinggi. Dengan hasil kinerja yang berintensitas tinggi, namun dengan tingkat kepentingan yang rendah, tidak akan dapat memuaskan pengguna layanan, namun akan menimbulkan kesan pada pengguna layanan bahwa pelayanan yang diberikan merupakan pelayanan yang berlebihan.

d. Perhitungan *Potential Gain in Customer Value (PGCV)*

Indeks *PGCV* digunakan untuk mengetahui urutan prioritas perbaikan pelayanan yang harus dilakukan. Untuk mendapatkan nilai *PGCV*, haruslah menentukan nilai *Achieved Customer*

Value (ACV) dan *Ultimately Desire Customer Value* (UDCV). Adapun nilai ACV, UDCV, dan PGCV dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut.

**Tabel 5 Perhitungan Indeks PGCV**

Pernyataan ke-	Kinerja $\bar{X}$	Harapan $\bar{Y}$	ACV $(\bar{X} \times \bar{Y})$	UDCV $(\bar{Y} \times \bar{X} \text{ max})$	PGCV $(UDCV - ACV)$
1	3,40	4,15	14,12	17,00	2,88
2	3,26	4,31	14,03	16,29	2,26
3	2,74	4,29	11,77	13,71	1,93
4	2,27	4,20	9,54	11,35	1,82
5	2,32	4,15	9,63	11,59	1,96
6	3,32	4,09	13,58	16,59	3,01
7	3,52	4,39	15,44	17,59	2,15
8	3,32	4,25	14,09	16,59	2,50
9	3,32	4,16	13,82	16,59	2,77
10	3,27	4,15	13,58	16,35	2,77
11	3,31	4,31	14,23	16,53	2,29
12	3,15	4,40	13,87	15,76	1,89
13	3,20	4,35	13,93	16,00	2,07
14	3,28	4,20	13,79	16,41	2,63
15	3,14	4,09	12,86	15,71	2,85
16	3,19	4,11	13,09	15,94	2,85
17	3,36	4,04	13,58	16,82	3,25
18	3,28	4,16	13,67	16,41	2,74
19	3,46	4,29	14,85	17,29	2,44
20	3,39	4,25	14,39	16,94	2,55
21	3,42	4,31	14,74	17,12	2,38
22	3,42	4,15	14,22	17,12	2,90
23	3,33	4,07	13,55	16,65	3,09

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat nilai PGCV dari masing-masing pernyataan atau atribut penilaian. Nilai PGCV yang sudah didapat akan diberikan peringkat, dengan peringkat pertama adalah atribut yang mempunyai nilai PGCV terbesar. Atribut atau pernyataan yang memiliki nilai PGCV terbesar akan menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan untuk dapat memuaskan pengguna layanan.

## KESIMPULAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat dibuat kesimpulan dari penelitian ini, yaitu :

1. Dalam penelitian dan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa tingkat kepuasan dari pelayanan Bengkel Omega Lestari masih berada dibawah harapan pelanggan, atau pelayanan yang selama ini diberikan pihak Bengkel Omega Lestari belum memenuhi harapan pelanggan. Service quality (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan Bengkel Omega Lestari mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang baik maka tingkat kepuasan pelanggan semakin tinggi.
2. Tingkat kepuasan pelanggan Bengkel Omega Lestari dapat dikategorikan sebagai Cukup, dimana memiliki nilai 64,67%. Meskipun tingkat kepuasan pelanggan masuk dalam kategori cukup nilai gap yang dihasilkan dengan metode servqual yang mencakup keseluruhan atribut penilaian adalah negatif, yang artinya pelanggan tidak mendapatkan kepuasan terhadap pelayanan Bengkel Omega Lestari.
3. Berdasarkan hasil analisa dari diagram IPA dan PGCV, faktor perbaikan diperlukan dalam dimensi *tangible*, *assurance*, dan *emphaty*. Ketiga dimensi tersebut memiliki nilai dari PGCV paling tinggi dan berada pada kuadran A dalam diagram IPA. Nilai tinggi pada PGCV menjadi prioritas utama untuk perbaikan. Kuadran A dalam diagram IPA merupakan faktor penting yang diharapkan oleh pelanggan akan tetapi kinerja dari yang ada belum dapat memuaskan pelanggan. Bengkel Omega Lestari perlu melakukan perbaikan pada ketiga dimensi tersebut agar dapat meningkatkan lagi kualitas dari pelayanan.

### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan peneliti yaitu :

1. Dengan penelitian ini diharapkan pihak Bengkel Omega Lestari dapat menindaklanjuti untuk perbaikan dan evaluasi kualitas pelayanan yang diberikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Pihak Bengkel Omega Lestari bisa menyediakan fasilitas ruang tunggu yang menarik seperti menyediakan internet untuk pelanggan.
3. Pihak Bengkel Omega Lestari menyediakan kotak saran untuk mengetahui keinginan dari pelanggan.
4. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam melakukan penelitian ini. Diharapkan untuk penelitian berikutnya, peneliti bisa meningkatkan penelitian saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- John A. Martilla and John C. James. *Importance-Performance Analysis* (Journal of Marketing, January, 1977) pp. 77 – 79.
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. (terj. Bob Sabran). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary, diterjemahkan oleh Wilhelmus W. Bakowatun, SE, MPd., *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Keenam, Jakarta : Intermedia, 1996
- Nasution, M.Nur. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu* (Total Quality Management). Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. “*Service, Quality & Satisfaction*”. Andi. Yogyakarta
- Tony Wijaya, 2018. “*(Manajemen Kualitas Jasa (Desain Servqual, QFD, dan Kano)*”, Indeks, Jakarta.
- Zeithaml, V.A., A. Parasuraman, dan L.L. Berry. 1990. “*Delivering Quality Service : Balancing Customer Perception & Expectation*”. Simon and Schuster. New York.
- Salim, Febrina Kenny., Catherine dan Fransisca Adreani, M.M. 2015. “*Pengaruh Customers Experience dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Di TX Travel Klampis*”. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 3(1), hal 1-1