

PENERAPAN METODE SERVQUAL UNTUK EVALUASI DAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN PADA BENGKEL NUNATA KEDAUNG, CIPUTAT, TANGERANG SELATAN

Bambang Utomo

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik Universitas Pamulang
Jl. Raya Puspitek Serpong No. 10 Tangerang SelatanBanten
Email : *bambangutomo796@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk mengetahui kualitas pelayanan jasa dan tingkat kepuasan pesuluh terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh Bengkel Nunata Kedaung Ciputat. Penelitian dilakukan di Bengkel Nunata Kedaung Ciputat pada bulan Januari — Desember 2019.

Penelitian menggunakan metode *Servqual* sebagai instrumen guna melakukan pengukuran kualitas pelayanan jasa. Pengukuran kualitas jasa dalam model *Servqual* ini berdasarkan lima dimensi jasa yaitu *tangibles*, *responsiveness*, *realibility*, *assurance*, dan *empathy*. Dalam penelitian ini akan diukur *gap* 5 yaitu kesenjangan antara jasa yang telah diterima dengan jasa yang diharapkan oleh pelanggan. Metode ini menggunakan kuesioner dengan 12 pertanyaan (atribut) yang dapat digunakan

untuk mengukur kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pada kegiatan pelayan perbaikan mobil di Bengkel Nunata Kedaung Ciputat. Setelah itu dihasilkan kualitas pelayanan antara range -0.16 sampai dengan 0.29 yang menunjukkan kualitas pelayanan mendekati ideal dan tingkat kepuasan dengan nilai 86% menunjukkan bahwa pelanggan telah merasa puas atas jasa pelayanan pada tingkat kualitas yang baik.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan Jasa, *Metode Service Quality*, *Customer Satisfaction Index*

ABSTRACT

This study aims to determine the level of service quality and satisfaction the participant of dissemination the quality of services provided by Nunata Car Service center. The research is conducted at Nunata Car Service Center Kedaung Pamulang from January to December 2019. This study is using the servqual method as an instrument to measure a quality of service. The measurement of the quality of service in the servqual method is based on the five dimensions of services namely tangibles, responsiveness, reliability, assurance, and empathy. This research will measure gap between experienced services and services expected by customers. The method using questionnaire which is developed into 12 questions (attributes) that can be used to measure the quality of service and level of satisfaction on the activities of the Dissemination of Practical Car Sevices of Nunata. The result quality of service found between the range -0.16 to 0.29 indicating nearly ideal quality of service and level of satisfaction with the value of 86%. The result indicates that the participant of dissemination satisfied with the quality of service delivered.

Keywords: *Quality of Service*, *Service Quality Method (Servqual)*, *Customer Satisfaction Index*

1. PENDAHULUAN

Bengkel Mobil Nunata adalah sebagai Usaha Mikro yang melayani perbaikan mobil dan penggantian spare part termasuk di dalamnya juga melayani cuci mobil, ganti oli dsb. Oleh karena itu, Bengkel Nunata memiliki tanggung jawab dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan sehingga usahanya dapat berlangsung baik bahkan terjadi peningkatan

Berdasarkan visi dan misi serta ketentuan Bengkel Nunata Kedaung Ciputat, ia harus memberikan pelayanan kepada pelanggan sebaik mungkin agar supaya usahanya dapat berkelanjutan bahkan mencapai keunggulan optimal.

Melalui kegiatan tersebut, peneliti melakukan -Penerapan metode Servqual untuk evaluasi dan perbaikan kualitas pelayanan pada kegiatan pelayanan yang berdasarkan lima dimensi jasa Servqual, agar Bengkel Nunata Kedaung Ciputat dapat menggunakan dasar pengoptimalan kualitas pelayanannya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Kualitas Jasa

Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan Bengkel Mobil Nunata Kedaung Ciputat kepada pelanggan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2005).

2.2 Dimensi Kualitas Jasa

Zeithaml, Berry dan Parasuraman, (1985) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah (Zulian.Y, 2002):

1. *Tangibles* (Nyata)
Yaitu meliputi penampilan fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (Keandalan)

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
Yaitu keinginan para staf untuk membentuk para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (Jaminan)
Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan bebas dari bahaya, resiko atau keragu-ruguan.
5. *Emphaty* (Empati)
Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.

2.3 Metode Service Quality

Servqual merupakan suatu cara *instrument* untuk melakukan pengukuran kualitas jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry

dalam serangkaian penelitian mereka terhadap sektor-sektor jasa, model ini juga dikenal dengan istilah *Gap*. Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan.

Dalam model *Servqual*, kualitas jasa didefinisikan sebagai -penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa (Parasuraman, et al,1985). Definisi pada tiga landasan konseptual utama, yakni:

1. Kualitas jasa lebih sukar dievaluasi konsumen daripada kualitas barang.
2. Persepsi terhadap kualitas jasa merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual jasa.
3. Evaluasi kualitas tidak hanya dilakukan atas hasil jasa, tetapi juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian jasa.

2.4 Pengukuran Service Quality

Pengukuran kualitas jasa dalam model *Servqual* ini didasarkan pada skala multiitem yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan. Serta *Gap* diantara keduanya pada lima dimensi kualitas jasa yaitu (*Reliability*, daya tanggap, jaminan, *Empaty* dan Bukti fisik), kelima dimensi kualitas tersebut dijabarkan dalam beberapa butir pertanyaan untuk atribut harapan dan variabel persepsi berdasarkan skala *likert*.

Skor *Servqual* untuk tiap pasang pertanyaan bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut (Zeithalm, et al.,1990) dalam (Tjiptono 2005).

$$\text{SKOR SERVQUAL} = \text{SKOR PERSEPSI} - \text{SKOR HARAPAN}$$

Skor *Gap* kualitas jasa pada berbagai level secara rinci dapat dihitung berdasarkan:

a. *Item-by-item analysis*, misal $P1 - H1$, $P2 - H2$, dst.
Dimana P = Persepsi dan H = Harapan

b. *Dimensi-by-dimensi analysis*, contoh: $(P1 + P2 + P3 + P4 / 4) - (H1 + H2 + H3 + H4 / 4)$ dimana P1 sampai P4 dan H1 sampai H4 mencerminkan 4 pernyataan persepsi dan harapan berkaitan dengan dimensi tertentu.

c. Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa/*gap servqual* yaitu $(P1 + P2 + P3... + P22 / 22) - (H1 + H2 + H3 + ... + H22 / 22)$

d. Untuk menganalisis kualitas akan jasa pelayanan yang telah diberikan, maka digunakan rumus (*Bester field* dalam Teguh, 2005)

$$\text{Kualitas (Q)} = \frac{\text{Persepsi (P)}}{\text{Harapan (H)}} \quad \text{.(rumus 2.1.)}$$

Jika Kualitas (Q) ≥ 1 , maka kualitas pelayanan dikatakan baik.

3. METODE PENELITIAN

Berdasarkan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, maka metode yang digunakan yaitu:

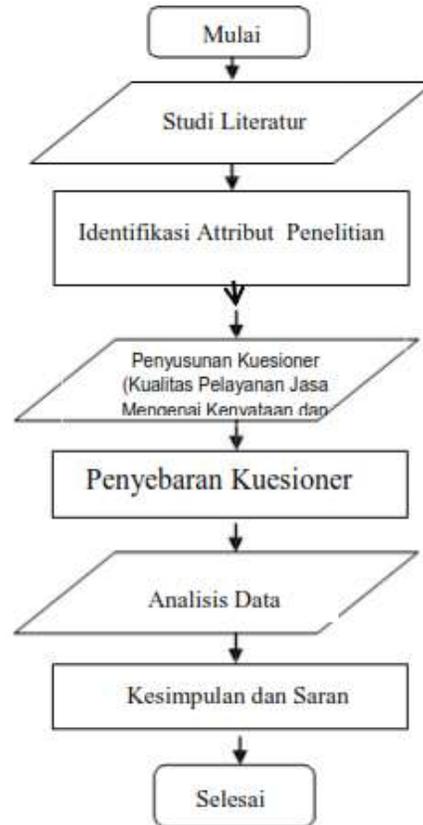
3.1 Mengumpulkan data

- Persiapan
Melakukan studi literatur yang ada kaitannya dengan penulisan penelitian yang dimaksud
- Pengamatan
Menyebarkan kuesioner kepada pelanggan perbaikan dan pelayanan lainnya yang diselenggarakan oleh Bengkel Mobil Nunata,

kedaung Ciputat sebanyak 40 responden. Data responden adalah insidental sampel karena kendala terbatasnya waktu untuk menemui pelanggan yang menerima pelayanan kegiatan perbaikan.

3.2 Pengolahan Data

Mengumpulkan kuesioner yang telah disebar dan memulai perhitungan gap 5 (*servqual*) berdasarkan rumus skor *servqual*.



Gambar 3.1 Diagram Alir

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner yang disebar merupakan kuesioner pelayanan jasa berupa pelayanan service mobil yang diberikan Bengkel Mobil Nunata, Kedaung Ciputat kepada pelanggan yang datang guna perbaikan atau pelayanan penggantian sparepart mobilnya. Bagi pelanggan yang datang telah mempunyai kesan terhadap hasil pelayanan dan harapannya.

Selanjutnya menghitung *gap* 5 yaitu harapan pelanggan mengenai pelayanan jasa terhadap kenyataan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan. Penghitungan jawaban pelayanan jasa *gap* 5 dikumpulkan dari 40 responden.

- Penghitungan harapan pelanggan mengenai pelayanan jasa

$$\sum y_i = (\sum \text{STT} \times 1) + (\sum \text{TT} \times 2) + (\sum \text{CT} \times 3) + (\sum \text{T} \times 4) + (\sum \text{ST} \times 5)$$

Keterangan :

$\sum y_i$ = jumlah bobot jawaban pernyataan harapan variable ke -i

$\sum \text{STT}$ = jumlah orang yang memilih jawaban sangat tidak terpenuhi

$\sum \text{TT}$ = jumlah orang yang memilih jawaban tidak terpenuhi

$\sum \text{CT}$ = jumlah orang yang memilih jawaban cukup terpenuhi

$\sum \text{T}$ = jumlah orang yang memilih jawaban terpenuhi

$\sum \text{ST}$ = jumlah orang yang memilih jawaban sangat terpenuhi

1,2,3,4,5 = skor untuk skala *Likert*

Contoh :

$$\begin{aligned} \sum y_i &= (0 \times 1) + (0 \times 2) + (2 \times 3) + (23 \times 4) + (15 \times 5) \\ &= 0 + 0 + 6 + 92 + 75 \\ &= 173 \end{aligned}$$

Dalam perhitungan di atas angka 0, 0, 6, 92, 75, merupakan frekuensi jawaban pernyataan harapan variabel ke satu. Angka 1, 2, 3, 4, 5, merupakan bobot skor untuk skala *likert* dari tingkat harapan.

Untuk rata-rata jawaban responden pada pernyataan harapan dapat dihitung

dengan persamaan : $\bar{Y}_i = \frac{\sum y_i}{n}$

Keterangan :

\bar{Y}_i = rata-rata jawaban responden untuk pernyataan harapan atribut ke -i

$\sum y_i$ = jumlah bobot jawaban pernyataan harapan atribut ke -i

n = jumlah responden

contoh :

$$\begin{aligned} \sum y_i &= 173 \\ n &= 40 \end{aligned}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{173}{40}$$

$$\bar{Y}_i = 4.32$$

- Perhitungan kenyataan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan

$$\begin{aligned} \sum x_i &= (\sum \text{STT} \times 1) + (\sum \text{TT} \times 2) + (\sum \text{CT} \times 3) + (\sum \text{T} \times 4) + (\sum \text{ST} \times 5) \end{aligned}$$

Keterangan :

$\sum x_i$ = jumlah bobot jawaban pernyataan kenyataan variable ke -i

$\sum \text{STT}$ = jumlah orang yang memilih jawaban sangat tidak terpenuhi

$\sum \text{TT}$ = jumlah orang yang memilih jawaban tidak terpenuhi

$\sum \text{CT}$ = jumlah orang yang memilih jawaban cukup terpenuhi

$\sum \text{T}$ = jumlah orang yang memilih jawaban terpenuhi

$\sum \text{ST}$ = jumlah orang yang memilih jawaban sangat terpenuhi

1,2,3,4,5 = skor untuk skala *Likert*

Contoh :

$$\begin{aligned} \sum x_i &= (0 \times 1) + (0 \times 2) + (0 \times 3) + (19 \times 4) + (21 \times 5) \\ &= 0 + 0 + 0 + 76 + 105 \\ &= 181 \end{aligned}$$

Dalam perhitungan di atas angka 0, 0, 0, 105, 181, merupakan frekuensi jawaban pernyataan kenyataan variabel kesatu. Angka 1, 2, 3, 4, 5, merupakan bobot skor untuk skala *likert* dari tingkat kenyataan.

Untuk rata-rata jawaban responden pada pernyataan kenyataan dapat dihitung dengan persamaan :

$$\bar{X}_i = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan

\bar{X}_i = rata-rata jawaban responden untuk pernyataan kenyataan atribut ke – *i*

$\sum x_i$ = jumlah bobot jawaban pernyataan kenyataan atribut ke – *i*

n = jumlah responden

Contoh :

$$\sum x_i = 181$$

$$n = 40$$

$$= \frac{181}{40}$$

$$= 4.525$$

Nilai *gap* 5 adalah nilai kesenjangan yang terjadi antara harapan dan kenyataan pengguna jasa yang diperoleh dari pernyataan kualitas pelayanan jasa tentang harapan konsumen (pesuluh) terhadap pelayanan yang ingin dirasakan dan nilai rata-rata kenyataan pelayanan yang dirasakan konsumen (pesuluh) pada kondisi sebenarnya. Untuk mengetahui nilai *gap* tersebut digunakan persamaan berikut :

$$SQ_i = \bar{X}_i - \bar{Y}_i$$

Keterangan :

SQ_i = Nilai *gap* atribut ke-*i*

\bar{X}_i = Nilai rata-rata kenyataan atribut ke-*i*

\bar{Y}_i = Nilai rata-rata kenyataan atribut ke-*i*

Contoh :

$$\bar{X}_i = 4.32$$

$$\bar{Y}_i = 4.525$$

$$SQ_i = 4.525 - 4.32$$

$$SQ_i = 0.205$$

Berikut ini merupakan nilai rata-rata harapan pelanggan mengenai pelayanan jasa terhadap kenyataan pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan (*gap* 5) terhadap atribut pernyataan kualitas pelayanan

$$\bar{X}_{Di} = \frac{\sum X_{Vi}}{n}$$

Tabel 4.2. Nilai rata-rata *gap* 5 terhadap pernyataan kualitas pelayanan jasa

Atribut Pernyataan	Harapan Pelayanan		Kenyataan Pelayanan		Nilai Gap 5 (Lima)
	Nilai Pembobotan	Rata-Rata Harapan	Nilai Pembobotan	Rata-Rata Kenyataan	
1	425	4.25	432	4.3	0.205
2	437	4.37	421	4.2	-0.16
3	449	4.49	452	4.5	-0.03
4	392	3.92	416	4.1	0.24
5	428	4.28	436	4.3	0.08
6	356	3.56	408	4.0	0.52
7	456	4.56	444	4.4	-0.12
8	457	4.57	445	4.4	-0.12
9	476	4.76	460	4.6	-0.16
10	452	4.52	448	4.4	-0.04
11	460	4.60	452	4.5	-0.08
12	461	4.61	457	4.5	-0.02
Jumlah		52.45		52.59	

4.2 Penghitungan Kualitas Jasa Berdasarkan Dimensi *Servqual* Gap 5

Perhitungan rata-rata jawaban antara harapan pelanggan mengenai pelayanan jasa terhadap kenyataan pelayanan yang dirasakan oleh

pelanggan berdasarkan lima dimensi *Parasuraman's Servqual Model* yang terdiri atas *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), *tangibles* (bukti fisik).

Perhitungan rata-rata jawaban per dimensi nilai *gap* 5 (lima) untuk harapan :

$$\overline{XD}_i = \text{rata-rata dimensi atribut ke-}i \text{ untuk harapan}$$

$$\sum \overline{XV}_i = \text{jumlah nilai rata-rata atribut pernyataan per dimensi ke-}i \text{ harapan}$$

$$n = \text{jumlah pernyataan per dimensi}$$

Contoh penghitungan:

$$\sum \overline{XV}_{\text{Keandalan}} = 4.20 + 4.48 + 4.58 = 13.26$$

$$n = 3$$

$$\overline{XD}_{\text{Keandalan}} = \frac{13.26}{3}$$

Penghitungan rata-rata jawaban per dimensi nilai *gap* 5 (lima) untuk harapan :

$$\overline{YD}_i = \frac{\sum \overline{YV}_i}{n}$$

Keterangan :

$$\overline{YD}_i = \text{rata-rata dimensi atribut ke-}i \text{ untuk kenyataan}$$

$$\sum \overline{YV}_i = \text{jumlah nilai rata-rata atribut pernyataan per dimensi ke-}i \text{ kenyataan}$$

$$n = \text{jumlah pernyataan per dimensi}$$

Contoh penghitungan:

$$\sum \overline{YV}_{\text{Keandalan}} = 4.36 + 4.52 + 4.60 = 13.48$$

$$n = 3$$

$$\overline{YD}_{\text{Keandalan}} = \frac{13.48}{3} = 4.49$$

Berikut adalah hasil perhitungan nilai rata-rata *gap* 5 berdasarkan lima dimensi *servqual*.

Tabel 4.3. Nilai rata-rata *gap* 5 berdasarkan lima dimensi *servqual*

Dimensi Pernyataan	Atribut Pernyataan	Jumlah Rata-Rata	Jumlah Rata-Rata Kenyataan	Nilai Harapan Pelayana	Nilai Kenyataan	Nilai Gap 5
<i>Reliability</i> (Keandalan)	2, 10, 12	13.48	13.26	4.49	4.42	-0.07
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	7, 11	9.16	8.96	4.58	4.48	-0.10
<i>Assurance</i> (Jaminan)	4, 5, 6	11.76	12.6	3.92	4.20	0.28
<i>Empathy</i> (Empati)	8, 9	9.33	9.05	4.67	4.53	-0.14
<i>Tangibles</i> (Keadaan Fisik)	1, 3	8.72	8.72	4.36	4.36	0

Dari table 4.5. dapat diketahui atribut pernyataan yang memiliki kesenjangan terbesar sampai atribut yang memiliki kesenjangan terkecil.

Semakin besar *gap* yang dihasilkan dari sebuah perhitungan *Servqual Gap* 5 ini, semakin kurang baiknya kualitas pelayanan jasa tersebut. Oleh karena itu, prioritas perbaikan kualitas pelayanan jasa dilakukan dari *gap* atau kesenjangan terbesar. Sebaliknya, semakin kecilnya suatu *gap* (*gap* tersebut mendekati nol atau positif) semakin baik kualitas pelayanan jasa tersebut.

Tabel 4.5. Urutan *Gap* 5 tiap atribut dari *gap* terkecil sampai *gap* terbesar

Atribut	Pernyataan	Gap 5 (Lima)
6.	Ketepatan waktu perbaikan kerusakan mobil	0.52
4.	Kegiatan perbaikan mobil yang dilakukan Bengkel Nunata dapat memecahkan masalah tentang kerusakan mobil	0.24
5.	Kegiatan perbaikan mobil yang dilakukan Bengkel Nunata dapat menyelesaikan masalah kerusakan mobilnya	0.08
1.	Penggunaan peralatan modern pada pelaksanaan perbaikan kerusakan mobil yang dimiliki	0.04
12.	Lokasi Kegiatan mudah dijangkau	-0.02
3.	Kenyamanan ruangan tempat menunggu selama perbaikan	-0.04
10.	Kemudahan pelanggan mendapat pelayanan penggantian spare part	-0.04
11.	Keluhan dan saran ditanggapi dengan baik	-0.08
7.	Pelayanan karyawan bengkel dalam memberikan kebutuhan perbaikan	-0.12
8.	Bantuan pelayanan karyawan dalam memberikan	-0.12
2.	Penyampaian kerusakan yang terjadi pada mobil	-0.16
9.	Kesopanan karyawan terhadap pelanggan dalam memberikan pelayanan	-0.16

5. KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berikut ini kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan dan hasil analisis dan pengolahan data yang dilakukan sebelumnya.

Kualitas pelayanan jasa Bengkel Nunata diukur dengan model *Gap* 5 yang merupakan kesenjangan antara harapan pelanggan mengenai pelayanan jasa dengan kenyataan pelayanan yang dirasakan pelanggan. Dari perhitungan *Gap* 5 ini ternyata atribut yang memiliki nilai kesenjangan terbesar terdapat pada atribut pernyataan ke-9 dan ke-2 yaitu mengenai pernyataan –Penyampaian kerusakan secara terbuka dan transparan –Kesopanan karyawan dalam melayani yaitu sebesar -0.16. Oleh karena itu, atribut yang memiliki *gap* cukup besar dijadikan prioritas untuk diperbaiki dibandingkan dengan atribut yang memiliki *gap* lebih kecil. Yang memiliki *gap* terbesar sesuai dengan lima dimensi jasa yaitu dimensi *empathy* (empati) dengan nilai *gap* -0.14.

5.2 Saran

Dengan melihat dan mempertimbangkan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis hanya mampu memberikan saran sebagai berikut

1. Dari hasil penelitian perbaikan kualitas pelayanan jasa dilihat dari atribut yang memiliki *gap* terbesar sebagai prioritas utama yaitu terletak pada atribut pernyataan ke-9 dan ke-2 yaitu mengenai pernyataan Penyampaian. materi dengan jelas oleh penyuluhII dan pernyataan Kesopanan panitia kegiatan terhadap pelanggan yang berarti pihak Bengkel Nunata harus lebih meningkatkan kualitas penyuluh yang memberikan materi dan memberi arahan kepada panitia agar konsisten bersikap sopan terhadap peserta penyuluhan selama kegiatan berlangsung.
2. Melakukan lebih lanjut ke tahap analisis dengan menggunakan metode yang lebih dapat menganalisis dengan baik karena pada penelitian sekarang ini hanya dilakukan pada tahap pengukuran.
3. Melakukan pengujian kuesioner sebelum melakukan penyebaran kuesioner inti.
4. Responden perlu ditambah lebih banyak lagi agar hasil yang diinginkan lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ariani, Wahyu. 1997. Manajemen Kualitas. Universitas Atmajaya, Yogyakarta
2. Aritonang R, L. 2005. Kepuasan Pelanggan. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
3. Fandy Tjiptono 2005. Pemasaran Jasa. Andi, Yogyakarta.
4. Fandy Tjiptono 2008. *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima* Edisi II, Andi, Yogyakarta.
5. Fornell, C., et al 1996. -*The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings*". *Journal of Marketing* 60, 7-18.
6. Ihsani, D.W. 2005. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Atribut Wisata Canguang Garut, Jawa Barat. Skripsi. Departemen Ilmu-ilmu Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, IPB, Bogor.
7. Supranto, J. 2006. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
8. Turkyilmaz, Ali & Ozkan, Coskun. 2007. -*Development of a Customer Satisfaction Index Model: An Application to the Turkish Mobile Phone Sector*", *Industrial Management & Data System*, Vol. 107 No. 5, pp. 672-687.
9. Zeithaml, Valarie A., Leonard L. Berry, and A. Parasuraman. (1985). Problem and Strategis in Services in Strategis in Services Marketing. *Journal of Marketing*, April. pp.35-

