

**Analisis Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan
Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus pada Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA))**

Triyadi
triyadi0371@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan strategi yang lebih baik dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yang dipadukan dengan analisis deskriptif, analisis data menggunakan analisis IPA & CSI dan analisis SWOT.

Hasil penelitian didapat kondisi pelayanan Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) saat ini dapat diketahui bahwa skor nilai harapan pelanggan lebih besar dari kinerja atau kenyataan yang diterima pelanggan. Skor tersebut adalah 4,49 untuk harapan dan 4,09 untuk kinerja/kenyataan. Sehingga secara umum kualitas pelayanan pada Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) belum memberikan kepuasan secara optimal kepada pelanggan. Karena skor nilai harapan masih lebih besar dari skor nilai kinerja/kenyataan yang diterima pelanggan. Adapun nilai CSI sebesar 81,75 %. Sesuai dengan kriteria indeks CSI Aritonang (2005), angka ini menggambarkan pelanggan merasa sangat puas atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA). Tentunya ini menjadi motivasi bagi JITA, sebagai perusahaan jasa pelatihan tenis lapangan untuk terus dapat meningkatkan kinerjanya sehingga pelanggan akan merasa lebih puas dan dapat meningkatkan nilai index kepuasan pelanggannya agar mendekati atau sama dengan nilai 100%.

Kata Kunci : Strategi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to determine the quality of service and a better strategy in an effort to increase customer satisfaction.

This study uses qualitative analysis methods combined with descriptive analysis, data analysis using IPA & CSI analysis and SWOT analysis.

The results of the study showed that the current condition of the Jakarta International Tennis Academy (JITA) School of Tennis services can be seen that the score of customer expectations is greater than the performance or reality that customers receive. The score is 4.49 for expectations and 4.09 for performance / reality. So that in general the quality of service at the Jakarta International Tennis Academy (JITA) Tennis School has not provided optimal satisfaction to customers. Because the expectation score is still greater than the score of performance / reality received by the customer. The CSI value of 81.75%. In accordance with the Aritonang CSI index criteria (2005), this figure illustrates that customers are very satisfied

with the quality of services provided by the Jakarta International Tennis Academy (JITA) Tennis School. Surely this is a motivation for JITA, as a tennis court training service company to continue to improve its performance so that customers will feel more satisfied and can increase the value of their customer satisfaction index to be close to or equal to 100%.

Keywords: *Strategy, Service Quality, Customer Satisfaction*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam industri jasa, kualitas pelayanan adalah faktor yang sangat penting karena akan menjadi faktor utama bahkan dapat dikatakan sebagai ruh dalam kelangsungan hidup sebuah perusahaan jasa. Karena dengan kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Sebagus apapun produk jasa yang ditawarkan, tanpa dibarengi dengan pelayanan yang baik maka lambat laun akan dijauhi pelanggan. Banyak aspek yang melingkupi kualitas pelayanan. Yang paling utama adalah perusahaan harus memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh pelanggan. Perusahaan harus bisa mendengarkan semua keluhan pelanggan yang berkaitan dengan kekurangan yang diterima oleh pelanggan serta berusaha untuk memberi solusi terbaik atas keluhan-keluhan yang ada dengan cepat, akurat dan memuaskan. Ditunjang dengan fasilitas fisik yang memadai seperti peralatan pendukung yang memadai, pegawai yang handal dan profesional serta alat komunikasi yang memudahkan untuk berinteraksi dengan pelanggan. Lokasi yang nyaman, strategis, kemudahan akses, parkir yang memadai serta harga yang terjangkau akan menjadikan sebuah prasyarat pemasaran sebuah produk menjadi unggulan untuk tujuan pemuasan pelanggan.

Fakta di lapangan menunjukkan masih banyak aspek yang belum sesuai dengan yang diharapkan. Keunggulan-keunggulan yang dimiliki Jakarta International Tennis Academy (JITA) belum bisa secara maksimal diterapkan dalam pencapaian kepuasan pelanggan. Masih adanya diantara para pelatih dan asisten yang kurang disiplin serta lemahnya pengawasan terhadap kualitas pelatihan menyebabkan perkembangan peserta didik menjadi kurang terkontrol dengan maksimal terutama dalam penguasaan teknikterkadang masih dibawah standar yang ditentukan.Selain itu metode pelatihan yang sering terlihat monoton dan kurang variatif, menyebabkan peserta didiknya merasa jemu dan menjadi kurang semangat dalam berlatih. Hal ini bisa dilihat dari tingginya frekwensi keluar dan masuk murid yang seakan-akan sekedar mencoba untuk bermain tenis.

Faktor lainnya adalah kurang cepatnya JITA dalam merespon ataupun menanggapi keluhan-keluhan dari orang tua murid yang notabene menjadi pelanggannya. Karena pada dasarnya meskipun anak-anak yang bermain tenis, akan tetapi orang tua muridlah yang sebenarnya menjadi kunci dan pembuat keputusan untuk tetap menggunakan jasa pelatihan tenis JITA atau memilih tempat lain untuk latihan putra/putrinya. Sehingga komplain atau keluhan orang tua murid terhadap kualitas pelayanan JITA yang tidak atau kurang mendapat tanggapan serius dapat berpengaruh terhadap keputusan kelanjutan bergabung dengan JITA atau tidak.

Persaingan diantara sebagian pelatih JITA dalam hal pelayanan pelatihan murid privatmenjadi permasalahan tersendiri bagi JITA. Program yang awalnya dimaksudkan sebagai tambahan penghasilan, saat ini seakan menjadi lahan utama dan andalan dari sebagian para pelatih JITA. Hal ini disebabkan besarnya nilai pelatihan private jauh melampaui penghasilan reguler melatih harian. Sehingga terkadang ada pelatih yang lebih memberatkan pelayanan pelatihan private dan mengabaikan pelatihan reguler harian. Dengan demikian ada

satu hal pokok yang mungkin mereka lupakan, bahwa JITA ini besar bukan karena pelatihan private-nya, melainkan karena pelatihan regulernya.

Kondisi itulah yang menghambat Jakarta International Tennis Academy (JITA) dalam upaya memaksimalkan pelayanan terhadap pelanggannya. Visi dan misi perusahaan pun akan sulit diwujudkan apabila hal seperti di atas tidak ada penanganan serius dan berkesinambungan. Dengan penyatuan langkah dan mensinergikan tujuan serta memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler dan Armstrong, 2008). Perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk yang berkualitas, pelayanan yang prima serta pembinaan dan pemberdayaan semua sumber daya yang ada secara bersama-sama dan berkelanjutan.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya (Margaretha, 2004). Apabila JITA memberikan produk jasanya yang berkualitas dan didukung dengan kualitas pelayanan yang prima, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

B. Fokus Penelitian

1. Penelitian ini menganalisis kualitas pelayanan pada Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) yang diterapkan saat ini.
2. Penelitian ini fokus mengkaji dan menganalisa guna menetapkan strategi yang lebih tepat bagi Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian di atas, maka penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan di Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA).
2. Bagaimana penetapan strategi yang lebih baik dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh semua pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, Philip Kotler (2002:83).

Senada dengan pendapat itu, Gronroos (dalam Atik dan Ratminto, 2005 :2) berpendapat : “Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan”.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2008:51).

Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007).

Sedangkan menurut Nasution, 2004 menyatakan, “Kualitas pelayanan diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan bukanlah dilihat dari sudut pandang pihak penyelenggara atau penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi masyarakat (pelanggan) penerima layanan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan”.

Dari beberapa teori di atas dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah serangkaian aktivitas yang bersifat kasat mata dengan berbagai keunggulan yang disertai dengan ketepatan penyampaianya sebagai suatu upaya pemenuhan terhadap keinginan atau ekspektasi pelanggan.

Kualitas pelayanan (*servicequality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Apabila kualitas pelayanan yang diterima atau dirasakan melebihi dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan sebagai kualitas yang baik dan memuaskan. Selanjutnya jika kualitas pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari apa yang diharapkan pelanggan maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan buruk. Pada umumnya pelayanan yang baik dan maksimal akan menghasilkan kepuasan bagi pelanggan serta dapat memberikan efek pembelian ulang yang lebih sering.

B. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau *satisfaction* ini adalah sebuah kata yang berasal dari bahasa latin “*satis*” yang artinya cukup baik, memadai dan “*facio*” yang artinya melakukan atau membuat. Jadi dapat disimpulkan bahwa arti kepuasan adalah upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Sedangkan pengertian atau definisi mengenai kepuasan pelanggan menurut para ahli diantaranya adalah sebagai berikut :

Kotler (2000) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan yaitu dapat menurunkan jumlah pelanggan dan menyebabkan pelanggan tidak tertarik lagi menggunakan jasa perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Menurut Nasution (2005), kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Secara umum, kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari perbandingan antara produk yang dibeli sesuai atau tidak dengan harapannya.

Selanjutnya menurut Gerson (2001) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dimiliki oleh pelanggan jika kebutuhannya secara nyata atau hanya anggapan terpenuhi atau melebihi harapannya.

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau gembira akibat terpenuhinya harapan atau keinginan setelah

membandingkan antara pengorbanan yang telah dikeluarkan dengan kinerja atau manfaat suatu produk yang dikonsumsi.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas (Tjiptono, 2000). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat antara lain, hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumennya, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2003).

C. Preposisi

1. Terdapat kelemahan dalam implementasi strategi peningkatan pelayanan yang ditetapkan oleh Jakarta International Tennis Academy saat ini.
2. Akan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan jika Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) bisa meningkatkan kualitas pelayanannya secara konsisten dan berkelanjutan.

III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian pada Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) di Cilandak Town Square, Jl. TB. Simatupang, Jakarta Selatan.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yang dipadukan dengan analisis deskriptif, analisis data menggunakan analisis IPA & CSI dan analisis SWOT

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Pelayanan Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) Saat Ini.

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisis data diatas menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) adalah sebesar 81,75%. Sesuai dengan Kriteria Kepuasan Konsumen (Sukardi dan Cholidis, 2006) nilai tingkat kepuasan pelanggan tersebut sudah masuk dalam kategori sangat puas. Namun jika dibandingkan dengan target kepuasan pelanggan yang mencapai atau mendekati nilai 100%, nilai ini masih jauh dan membutuhkan perbaikan-perbaikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA). Perbaikan ini dilakukan sesuai dengan hasil yang didapat melalui masing-masing atribut pada kuadran analisis IPA. Dalam setiap kuadran dapat dilihat bahwa ada atribut yang tinggi nilai tingkat harapan atau kepentingannya bagi pelanggan, tetapi ada pula atribut yang tidak terlalu dianggap penting bagi pelanggan dengan ditunjukkan dengan nilai tingkat harapan atau kepentingan bagi pelanggan yang rendah. Kinerja Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) juga digambarkan dalam diagram kartesius pada analisis IPA, dimana ditunjukkan beberapa atribut yang telah memiliki nilai yang tinggi sesuai dengan harapan pelanggan, ada pula yang belum memenuhi kebutuhan pelanggan dan bahkan ada kinerja yang dianggap berlebihan oleh pelanggan karena nilai kinerjanya lebih tinggi dibandingkan dengan harapan pelanggan. Adapun Interpretasi dari *Importance Performance Analysis* dinyatakan dalam kuadran-kuadran dibawah ini

1. Kuadran I (Prioritas Utama).

Atribut-atribut yang berada dalam kuadran ini adalah merupakan prioritas utama, dimana orang tua murid sebagai responden merasakan atribut tersebut sangat penting dan mempunyai harapan tinggi namun belum merasakan kinerja yang maksimal. Adapun atribut tersebut:

Pelatihan yang diberikan JITA sudah sesuai dengan biaya yang dikeluarkan

Harga merupakan komponen yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk, Dalam bauran pemasaran, harga menempati urutan kedua setelah produk itu sendiri. Dengan harga yang dikeluarkan untuk membeli suatu produk, pelanggan mengharapkan suatu manfaat yang sesuai dengan harga yang telah dikeluarkan tersebut. Maka untuk mengimbangi harga yang telah dikeluarkan oleh pelanggan, Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) harus memberikan manfaat yang seimbang, dengan memberikan jasa pelatihan yang benar-benar berkualitas, baik dari segi materi, program-program maupun profesionalitas pelatih serta semua personil yang dimiliki yang selama ini belum maksimal dilakukan oleh sekolah.

2. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Dalam kuadran ini menunjukkan keberadaan atribut layanan yang dianggap penting oleh orangtua murid dan kinerjanya sudah dianggap baik, oleh karenanya JITA harus memertahankan kinerja atribut ini supaya dapat terus menjadi lebih baik dan terus memenuhi apa yang menjadi harapan orang tua murid dan diharapkan juga dapat menjadi kekuatan program pelatihan sebagai proses *positif word of mouth*. Hasil analisis menunjukan adanya 4 (empat) atribut dalam kuadran II, yaitu:

a. Materi pelatihan telah diberikan secara lengkap

Materi yang ada diberikan oleh Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) sudah cukup lengkap dan sesuai dengan standar internasional, yang meliputi teknik maupun taktik atau strategi dalam bermain tenis. Teknik dan taktik diberikan kepada murid sesuai dengan kelas atau tingkatannya. JITA juga senantiasa meng-*update* materi-materi yang ada berdasarkan perkembangan olahraga tenis lapangan baik pada tingkat nasional maupun internasional.

b. Program-program pelatihan yang diberikan JITA unggul dalam kualitas

Selain materi yang lengkap, Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA), juga memberikan program-program yang berkualitas. Program-program pelatihan yang variatif dan *fun* tapi serius, membuat murid-murid menjadi lebih tertarik dan menikmati serta semangat dalam mengikuti pelatihan.

c. Pelatih JITA telah memberikan pelatihan dengan baik dan profesional

Profesionalitas SDM terutama para pelatih tenis yang dimiliki Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) telah dibuktikan dalam praktek latihan sehari-hari. Profesionalitas ini mencakup antara lain penguasaan materi dan pengetahuan yang luas dengan hal-hal yang berkaitan dengan dunia olah raga tenis, kepiawaian dalam penyampaian kepada murid-murid, perhatian kepada murid-murid dan penuh semangat dan bertanggung jawab.

d. Putra/putri Anda telah mendapatkan perhatian yang cukup dari para pelatih

Atribut ini masuk dalam wilayah yang kinerjanya telah memberikan kepuasan yang sesuai dengan harapan orang tua murid. Pelatih yang dimiliki Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) dalam memberikan pelatihan tidak hanya sekedar transfer ilmu saja. Lebih dari itu, perhatian yang tulus serta dengan kesabaran yang tinggi membimbing murid-murid tidak hanya sekedar untuk bisa bermain tenis tetapi juga diajarkan bagaimana bersikap, bersosialisasi dan bermain dalam tim serta membangun karakter yang luhur bagi semua murid-murid. Hal ini harus senantiasa dipertahankan dan ditingkatkan agar pelanggan khususnya orang tua murid bertambah puas lagi.

3. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran ini merupakan atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dalam hal ini adalah orang tua murid Sekolah

Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA). Begitu juga untuk kinerja pada atribut ini pun kurang begitu diperhatikan. Karena atribut-atribut pada kuadran tiga ini merupakan atribut-atribut yang kurang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- a. Informasi atau komunikasi yang disampaikan karyawan JITA jelas dan lengkap
- b. Anda telah mendapatkan perhatian yang cukup dari karyawan JITA
- c. Lapangan tenis dan prasarana yang ada sudah cukup untuk menunjang pelatihan tennis
- d. Tempat parkir kendaraan cukup memadai, aman dan nyaman

Meskipun keberadaan atribut-atribut tersebut dianggap kurang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, namun dalam pelaksanaannya harus tetap diperhatikan sesuai dengan tingkat kebutuhan dan kepentingannya, karena ini juga merupakan bagian dari pelayanan itu sendiri. Jika atribut-atribut ini tidak diperhatikan dan kinerjanya semakin memburuk maka lambat laun akan berpengaruh terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, yang akhirnya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4. Kuadran IV (Berlebihan)

Atribut-atribut yang berada dalam kuadran ini dirasa kurang begitu penting oleh orang tua murid tetapi kinerjanya dilakukan dengan baik bahkan dinilai atau dirasa berlebihan. Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

Karyawan JITA cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan

Untuk lebih jelasnya, berikut adalah penjelasan dari masing-masing atribut :

- a. Materi pelatihan telah diberikan secara lengkap (atribut 1)

Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), atribut materi pelatihan telah diberikan secara lengkap berada pada kuadran II yang berartidiharapkan dapat terus dipertahankan prestasinya agar kepuasan pelanggan dapat terus bertahan. Atribut ini memiliki nilai tingkat harapan pelanggan yang tinggi. Dengan adanya materi pelatihan telah diberikan secara lengkap, pelanggan dalam hal ini orang tua murid Sekolah Tennis Jakarta International Tennis Academy (JITA) sangat berharap putra/putrinya mendapatkan pelatihan tenis yang lengkap dan bermutu sesuai dengan standar kualitas tenis yang ada. Harapan ini telah dipenuhi oleh JITA, ditunjukkan dengan nilai kinerja perusahaan yang tinggi dan telah memenuhi harapan pelanggan. Keadaan ini diharapkan dapat terus dipertahankan dan bahkan ditingkatkan lagi, sehingga kepuasan pelanggan dapat terjaga.

- b. Program-program pelatihan yang diberikan JITA unggul dalam kualitas

Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), atribut program-program pelatihan yang diberikan JITA unggul dalam kualitas berada pada kuadran II yang berarti diharapkan dapat terus dipertahankan prestasinya agar kepuasan pelanggan dapat terus bertahan. Atribut ini memiliki nilai tingkat harapan pelanggan yang tinggi. Program-program pelatihan yang variatif, *fun* tapi serius serta disesuaikan dengan tingkatan kelas yang ada, membuat pelatihan menjadi menarik sehingga murid-murid menjadi lebih bersemangat dalam berlatih, sehingga materi yang diberikan dapat diserap oleh murid-murid. Kinerja atribut ini telah memberikan kepuasan kepada orang tua murid dan diharapkan dapat dipertahankan, bahkan ditingkatkan lagi untuk mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

- c. Karyawan JITA cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan

Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), atribut karyawan JITA cepat dan tanggap dalam melayani keluhan pelanggan berada pada kuadran IV yang berarti atribut ini dirasa kurang begitu penting oleh orang tua murid tetapi kinerjanya dilakukan dengan baik bahkan dinilai atau dirasa berlebihan. Karyawan

Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) senantiasa memberikan respon yang cepat dalam melayani keluhan dari orang tua murid serta semaksimal mungkin berusaha memberikan solusi yang terbaik. Tetapi ternyata orang tua murid memiliki harapan yang rendah terhadap pelayanan ini, dan orang tua murid menganggap atribut ini berlebihan.

- d. Informasi atau komunikasi yang disampaikan karyawan JITA jelas dan lengkap

Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), atribut informasi atau komunikasi yang disampaikan karyawan JITA jelas dan lengkap berada pada kuadran III yang berarti atribut ini dianggap kurang penting oleh orang tua murid Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) dan memiliki prioritas rendah dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Prioritas rendah ini bukan berarti tidak perlu untuk diperhatikan, karena pada saat kondisi tertentu atribut ini juga dibutuhkan dan memerlukan kualitas pelayanan yang baik pula. Pelanggan memiliki tingkat kepentingan / harapan yang rendah terhadap upaya karyawan JITA untuk memberikan informasi atau komunikasi yang jelas dan lengkap terhadap semua hal yang berkaitan dengan pelatihan tenis. Meskipun keberadaan atribut ini dianggap kurang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, namun dalam pelaksanaannya harus tetap diperhatikan sesuai dengan tingkat kebutuhan dan kepentingannya, karena ini juga merupakan bagian dari pelayanan itu sendiri. Jika atribut ini tidak diperhatikan dan kinerjanya semakin memburuk maka lambat laun akan berpengaruh pula terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, yang akhirnya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

- e. Pelatih JITA telah memberikan pelatihan dengan baik dan profesional

Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), atribut pelatih JITA telah memberikan pelatihan dengan baik dan profesional berada pada kuadran II yang berarti diharapkan dapat terus dipertahankan prestasinya agar kepuasan pelanggan dapat terus bertahan. Atribut ini memiliki nilai tingkat harapan pelanggan yang tinggi. Penguasaan materi dan pengetahuan yang luas terhadap hal-hal yang berkaitan dengan dunia olah raga tenis oleh pelatih-pelatih JITA, serta kepiawaiannya dalam penyampaian materi kepada murid-murid, perhatiannya yang tulus kepada murid-murid, semangat yang tinggi serta rasa tanggung jawab yang dimiliki, telah membuat orang tua murid merasa puas. Prestasi ini harus senantiasa dipertahankan dan ditingkatkan secara terus menerus dan berkesinambungan untuk mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

- f. Pelatihan yang diberikan JITA sudah sesuai dengan biaya yang dikeluarkan

Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), atribut pelatihan yang diberikan JITA sudah sesuai dengan biaya yang dikeluarkan berada pada kuadran I yang berarti menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Atribut ini memiliki nilai tingkat kepentingan / harapan yang tinggi, karena kesesuaian antara biaya/harga yang dikeluarkan dengan manfaat yang diterima sangat penting bagi pelanggan. Namun kenyataan yang diterima oleh orang tua murid masih dibawah nilai harapannya. Untuk mengatasi hal ini Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) harus melakukan upaya-upaya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanannya. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan jasa pelatihan yang benar-benar berkualitas, baik dari segi materi, program-program maupun profesionalitas pelatih serta semua personil yang dimiliki yang selama ini belum maksimal dilakukan oleh JITA.

- g. Putra/putri Anda telah mendapatkan perhatian yang cukup dari para pelatih
Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), atribut putra/putri Anda telah mendapatkan perhatian yang cukup dari para pelatih berada pada kuadran II yang berarti diharapkan dapat terus dipertahankan prestasinya agar kepuasan pelanggan dapat terus bertahan. Atribut ini memiliki nilai tingkat harapan pelanggan yang tinggi. Pelatih-pelatih Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) dalam memberikan pelatihan tidak hanya sekedar transfer ilmu semata. Lebih dari itu, perhatian yang tulus serta dengan kesabaran yang tinggi dan penuh dedikasi membimbing murid-murid tidak hanya sekedar untuk bisa bermain tenis tetapi juga diajarkan bagaimana bersikap, bersosialisasi dan bermain dalam tim serta membangun karakter yang luhur bagi semua murid-murid. Hal ini harus senantiasa dipertahankan dan ditingkatkan agar pelanggan khususnya orang tua murid bertambah puas lagi.
- h. Anda telah mendapatkan perhatian yang cukup dari karyawan JITA
Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), atribut anda telah mendapatkan perhatian yang cukup dari karyawan JITA berada pada kuadran III yang berarti atribut ini dianggap kurang penting oleh orang tua murid Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) dan memiliki prioritas rendah dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan. Orang tua murid merasa telah mendapatkan perhatian yang cukup dari karyawan JITA. Tetapi karena atribut ini mempunyai nilai kepentingan / harapan yang rendah dari orang tua murid, maka prioritas untuk perbaikan juga rendah. Prioritas rendah ini bukan berarti tidak perlu untuk diperhatikan, karena pada saat kondisi tertentu atribut ini akan dibutuhkan dan memerlukan kualitas pelayanan yang baik pula karena ini juga merupakan bagian dari pelayanan itu sendiri. Jika atribut ini tidak diperhatikan dan kinerjanya semakin memburuk maka lambat laun akan berpengaruh pula terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, yang akhirnya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- i. Lapangan tenis dan prasarana yang ada sudah cukup untuk menunjang pelatihan
Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), atribut lapangan tenis dan prasarana yang ada sudah cukup untuk menunjang pelatihan tenis berada pada kuadran III yang berarti atribut ini dianggap kurang penting oleh orang tua murid Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) dan memiliki prioritas rendah dalam upaya perbaikannya. Lapangan tenis dan prasarana yang ada sudah dirasa cukup oleh orang tua murid untuk menunjang pelatihan tenis putra/putrinya. Rendahnya prioritas perbaikan untuk atribut ini dikarenakan masih rendahnya harapan pelanggan untuk atribut ini. Prioritas rendah ini bukan berarti tidak perlu untuk diperhatikan atau bahkan diabaikan, karena pada saat kondisi tertentu atribut ini juga dibutuhkan sesuai dengan ketersediaannya pelayanan itu sendiri. Jika atribut ini tidak diperhatikan dan kinerjanya semakin memburuk maka lambat laun akan berpengaruh pula terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, yang akhirnya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- j. Tempat parkir kendaraan cukup memadai, aman dan nyaman
Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), atribut tempat parkir kendaraan cukup memadai, aman dan nyaman berada pada kuadran III yang berarti atribut ini memiliki prioritas yang rendah untuk dilakukan perbaikan. Rendahnya prioritas ini karena atribut ini dianggap kurang penting oleh orang tua murid Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA). Sebagian besar orang tua merasa bahwa tempat parkir kendaraan yang ada sudah cukup memadai,

aman dan nyaman. Meskipun masuk dalam prioritas rendah, begitu bukan berarti atribut ini tidak diperhatikan. Atribut ini juga harus diperhatikan sesuai dengan tingkat kebutuhan dan kepentingan dari ketersediaan pelayanan itu sendiri. Jika atribut ini tidak diperhatikan dan kinerjanya semakin memburuk maka lambat laun akan berpengaruh pula terhadap keseluruhan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, yang akhirnya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

B. Strategi Pelayanan yang Tepat Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) dimana perusahaan memiliki kekuatan dari internal dan juga memiliki banyak peluang yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pasar, maka strategi yang dilakukan oleh JITA adalah memanfaatkan secara maksimal kekuatan internal perusahaan untuk mencapai dari setiap peluang yang dimiliki oleh perusahaan. Berikut ini adalah analisis terhadap Matriks SWOT kualitas pelayanan Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) dalam upaya peningkatan kepuasan pelanggan berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

1. Analisis Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO (*Strength – Opportunity*) merupakan strategi yang memanfaatkan secara maksimal kekuatan internal perusahaan untuk mengambil peluang yang ada. Strategi yang dijalankan adalah sebagai berikut :

a. Memberikan materi yang lengkap dan program-program yang berstandar internasional untuk semua level yang ada

Kelengkapan materi yang dijalankan meliputi teknik, taktik dan strategi dalam bermain tenis didukung dengan penerapan program-program pelatihan yang sesuai dengan standar internasional. Dalam bermain tenis tidak hanya teknik yang harus benar, tetapi taktik dan strategi juga mutlak untuk pelajari. Penerapan strategi ini harus diberikan sesuai dengan kelas atau level yang ada, sehingga hasil yang akan dicapai dapat maksimal. Dan ini harus senantiasa di-*update* untuk mengikuti perkembangan olah raga tenis baik pada tingkat nasional maupun internasional.

b. Memaksimalkan potensi pelatih yang profesional dan menjiwai anak-anak

Dengan tenaga pelatih yang profesional dan mampu menjiwai anak-anak serta telah bersertifikat ITF (*International Tennis Federation*) dan didukung dengan materi dan program-program pelatihan yang berstandar internasional harus lebih kuat lagi usaha untuk menggali dan melahirkan para pemain yang benar-benar handal dan berkarakter dari banyaknya anak-anak usia dini yang berminat untuk bermain tenis yang telah bergabung dengan Sekolah Tenis Jakarta Internasional Tennis Academy (JITA), sekaligus menarik minat orang tua dan masyarakat pecinta tenis lapangan pada umumnya untuk memasukkan putra/putrinya untuk berlatih tenis di JITA.

c. Mengoptimalkan dukungan dari para sponsor

Kerjasama dengan pihak sponsor sangat penting dan harus senantiasa diupayakan untuk dilakukan. Karena dengan dukungan sponsor sekolah dapat meningkatkan sarana dan prasarana yang ada untuk menunjang dalam proses pelatihan tenis. Selain untuk meningkatkan sarana dan prasarana, bisa juga digunakan untuk keikutsertaan dalam pertandingan-pertandingan atau turnamen-turnamen. Hal ini dapat menjadi salah satu kekuatan yang membuat orang tua merasa puas dan memberikan dukungan penuh pelatihan putra/putrinya.

2. Analisis Strategi ST (*Strength-Threats*)

Analisa strategi ST (*Strength Threats*) merupakan strategi dengan memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk mengatasi tantangan yang ada. Strategi yang tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Terus meningkatkan kualitas pelatihan dengan dukungan materi yang lengkap dan program yang unggul serta kerjasama team yang baik

Dengan materi yang lengkap, program-program pelatihan yang unggul dan sesuai dengan standar internasional, para pelatih yang yang menjiawai anak-anak dan profesional serta dukungan kerjasama semua personil dan divisi yang ada, akan meningkatkan kualitas pelatihan yang pada akhirnya akan melahirkan pemain-pemain tenis junior yang handal dan berkarakter. Untuk menghadapi para pesaing yang ada maka hal ini harus terus dipertahankan dan dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan.

- b. Terus berupaya agar semua pelatih yang ada bersertifikat ITF sehingga menghasilkan pemain-pemain yang handal

Sertifikat ITF adalah merupakan pengakuan dari organisasi/federasi tenis internasional untuk kelayakan atau kemampuan seorang pelatih memberikan pelatihan tenis. Sehingga dengan sertitikat ini seorang pelatih sudah dapat dipastikan mempunyai pengetahuan tentang olah raga tenis yang mumpuni serta memiliki program-program pelatihan yang sudah diakui atau berstandar internasional. Dengan demikian hasil dari pelatihannya adalah pemain-pemain unggul yang mampu bermain tenis dengan baik dan sesuai dengan standar olah raga tenis internasional. Dengan hasil ini maka harga tidak lagi menjadi pertimbangan atau masalah bagi orang tua murid.

- c. Berusaha untuk memiliki lapangan tenis sendiri.

Dengan memiliki lapangan sendiri maka akan dapat lebih menghemat keuangan perusahaan. Hal ini disebabkan selama ini nilai sewa lapangan terus mengalami kenaikan yang cukup besar setiap tahunnya. Selain itu hal ini berimbas pula terhadap tarif atau biaya pelatihan murid-murid. Biaya pelatihan mau tidak mau harus naik pula setiap tahunnya untuk mengimbangi kenaikan sewa lapangan. Dengan mempunyai lapangan sendiri juga dapat memberikan pendapatan untuk perusahaan. Karena lapangan bisa disewakan kepada pihak lain diluar jam-jam latihan murid-murid.

3. Analisis Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Analisa Strategi WO (*Weakness Opportunity*) merupakan strategiyang memperbaiki kelemahan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi yang akan dijalankan oleh Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kedisiplinan para pelatih sehingga dapat lebih efektif dan efisien dalam memberikan pelatihan dan memberikan hukuman bagi yang melanggar

Disiplin adalah salah satu kunci keberhasilan. Begitu pula dalam hal pelatihan tenis. Disiplin tidak hanya untuk murid-murid. Tetapi berlaku juga untuk para pelatih. Karena dengan disiplin menciptakan hasil yang maksimal karena akan lebih efektif dan efisien dalam proses pelaksanaannya. Hal inilah yang harus JITA lakukan, untuk memaksimalkan hasil dari pelatihan murid-muridnya salah satunya adalah meningkatkan kedisiplinan para pelatihnya.

- b. Meningkatkan kemampuan para pelatih dalam penguasaan bahasa asing, terutama berbahasa Inggris

Murid-murid Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) sebagian besar dari sekolah-sekolah asing karena memang anak-anak orang asing

yang orang tuanya sedang bertugas atau bekerja di Indonesia atau sekolah lokal yang bertaraf internasional. Hal ini menuntut penguasaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris kepada para pelatih JITA. Dengan penguasaan bahasa ini komunikasi dengan murid-murid asing dapat berjalan dengan baik, terlebih lagi dalam penyampaian materi akan secara maksimal dapat diterima murid-murid. Banyak cara untuk meningkatkan kemampuan penguasaan bahasa asing bagi para pelatih, misalnya dengan memanggil guru ke kantor atau sistem pembiayaan kursus yang bersubsidi sehingga tidak memberatkan kepada para pelatih.

c. Meningkatkan kompetensi dan profesionalitas pelatih

Kompetensi dan profesionalitas pelatih menjadi salah satu pilar dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Kompeten berarti ahli dalam bidangnya dan mempunyai pengetahuan/wawasan yang luas, menguasai materi dan semua yang berhubungan dengan bidang yang ditekuni. Profesionalitas berarti kemampuan untuk bertindak secara profesional. Jujur, disiplin, semangat dan bertanggung jawab. Pelatih yang memiliki kompetensi dan profesionalitas di sini adalah pelatih yang mempunyai penguasaan yang mumpuni dalam bidang olah raga tenis baik materi maupun program-programnya serta melaksanakan tugas yang diberikan dengan jujur, disiplin, semangat dan bertanggung jawab. Hal ini bisa dilakukan dengan sering mengadakan pelatihan-pelatihan atau *coaching clinic* kepada para pelatih.

4. Analisis Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Analisa Strategi WT (*Weakness Threats*) merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan internal perusahaan dalam menghadapi ancaman eksternal untuk dapat bertahan (*defensive*) dalam menghadapi ancaman atau tantangan yang ada. Strategi yang dilakukan adalah sebagai berikut :

a. Meningkatkan kualitas pelatih dan pengawasan atau kontrol terhadap kualitas pelatihan.

Meningkatkan kualitas para pelatih secara umum yang meliputi penguasaan bahasa asing, pendalaman pengetahuan dalam bidang tenis, pemahaman materi-materi dan program-program yang ada, kedisiplinan serta kemampuan dalam penyampaian kepada murid-murid. Meningkatkan pengawasan / kontrol kualitas pelatihan yang meliputi kelengkapan materi berikut dengan program-program pelatihan yang telah disiapkan guna menghadapi pesaing-pesaing yang ada.

b. Memberikan subsidi atau beasiswa bagi murid yang berbakat, serius dan berprestasi

Pemberian beasiswa selain membuat murid yang berprestasi akan tetap bertahan, juga akan menjadi daya tarik bagi murid-murid di sekolah lain untuk berlomba mendapatkannya. Dengan semakin banyak murid yang berprestasi lambat laun juga akan mengangkat popularitas JITA. Di samping itu, juga akan menarik sponsor yang nantinya bisa untuk peningkatan sarana dan prasarana juga untuk keikutsertaan dalam pertandingan-pertandingan.

c. Memberikan program-program pelatihan yang lebih variatif dan menarik

Sebagian besar murid-murid Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) adalah anak-anak usia 10 tahun ke bawah. Strategi yang tepat adalah dengan program-program yang variatif dan tidak monoton. Dengan demikian akan lebih menarik bagi anak-anak. Disamping itu diperlukan pendekatan-pendekatan yang lebih menyentuh kepada anak-anak kelas *munchkin* dan pemula ini. Memang perlu kesabaran ekstra bagi para pelatih untuk melakukan hal ini.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis-analisis dan pembahasan pada Bab IV, dari metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*), kondisi pelayanan Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) saat ini dapat diketahui bahwa skor nilai harapan pelanggan lebih besar dari kinerja atau kenyataan yang terima pelanggan. Skor tersebut adalah 4,49 untuk harapan dan 4,09 untuk kinerja/kenyataan. Sehingga secara umum kualitas pelayanan pada Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) belum memberikan kepuasan secara optimal kepada pelanggan. Karena skor nilai harapan masih lebih besar dari skor nilai kinerja/kenyataan yang diterima pelanggan. Adapun nilai CSI sebesar 81,75 %. Sesuai dengan kriteria indeks CSI Aritonang (2005), angka ini menggambarkan pelanggan merasa sangat puas atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA). Tentunya ini menjadi motivasi bagi JITA, sebagai perusahaan jasa pelatihan tenis lapangan untuk terus dapat meningkatkan kinerjanya sehingga pelanggan akan merasa lebih puas dan dapat meningkatkan nilai index kepuasan pelanggannya agar mendekati atau sama dengan nilai 100%.
2. Strategi yang lebih tepat atau lebih baik dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dilakukan dengan memberikan materi yang lengkap dan tepat bagi setiap level yang ada serta program-program yang berstandar internasional dengan dukungan para pelatih yang telah bersertifikat ITF yang mampu menjiwai anak-anak dan profesional serta dukungan dari orang tua dan antusias anak-anak dalam berlatih untuk menghasilkan pemain-pemain yang handal, tangguh dan berkarakter, serta mengoptimalkan dukungan dari para sponsor untuk melengkapi prasarana yang dipergunakan dalam pelatihan sekaligus keikutsertaan dalam turnamen-turnamen untuk meningkatkan kepercayaan orang tua dan masyarakat pecinta tenis lapangan pada umumnya. Hal ini berdasarkan hasil analisis matriks SWOT Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) dimana perusahaan memiliki kekuatan dari internal dan juga memiliki banyak peluang yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pasar.

B. Saran

1. Berdasarkan analisis IPA (*Importance Performance Analysis*) untuk mengetahui kualitas pelayanan Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) serta analisis SWOT untuk merumuskan strategi yang lebih tepat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, penulis memberikan saran sebagai berikut :
 - Adapun perbaikan yang dapat dilakukan dilihat dari tingkat harapan pelanggan yang menginginkan tingkat kesesuaian antara hasil pelatihan yang diberikan Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) dengan biaya yang dikeluarkan, yaitu dengan memberikan jasa pelatihan yang harus benar-benar berkualitas, baik dari segi materi, program-program maupun profesionalitas pelatih dan semua personil yang dimiliki, yang selama ini belum maksimal dilakukan oleh sekolah. Hal ini sangat penting karena pada saat pelanggan mengeluarkan biaya, maka yang terlintas adalah manfaat yang akan diterima harus sesuai dengan biaya tersebut.
2. Secara berkala dan konsisten Sekolah Tenis Jakarta International Tennis Academy (JITA) harus mengevaluasi semua aspek yang berkaitan dengan kualitas pelayanan untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus memperhatikan peluang dan ancaman yang ada untuk menjaga kelangsungan atau eksistensi perusahaan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Abd.Rachman Arief, 2005, *Pengantar Ilmu Perhotelah & Restoran*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Aritonang Lerbin R., 2005, *Kepuasan Pelanggan*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Atik dan Ratminto, 2005. *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- American Marketing Association, 2003, *Perilaku Konsumen dan Implikasi dalam Strategi Pemasara*, PT. Prenada Media, Jakarta.
- Alma, H. Buchari. 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Assauri, Sofjan, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Bafadal, I. 2008, *Manajemen Perlengkapan Sekolah Teori dan Aplikasinya*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Bhote, Keki R., 1996, *Beyond Customer Satisfaction to Customer Loyalty : The Key to Greater Profitability*, Amacom, New York.
- Cooper, R. Donald and Emory, William C., 2006, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Kelima, Jilid 2, Diterjemahkan oleh Ir. Widiono Soetjipto, MA dan Ir. Uka Wikarya, Erlangga, Jakarta.
- Christoper Lovelock dan Lauren K Wright, 2007, *Manajemn Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Jakarta.
- Dadang, Sunyoto, 2011, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi, Cetakan Pertama CAPS*, Sleman, Yogyakarta.
- Dharmmesta, Basu Swastha, 2008. *Manajemen Pemasara*, Universitas Terbuka, Jakarta.
- Fayol, Henry, 2010, *Manajemen Public Relations*, PT. Elex Media, Jakarta.
- Gerson, R.F., 2001, *Mengukur Kepuasan Pelanggan Panduan Menciptakan Pelayanan Bermutu*, PPM, Jakarta.
- Gregory MoorheadRicky W Griffin, 2006, *Perilaku Organisasi Manajemen Organisasi Sumber Daya Manusia dan Organisasi*, Salemba Empat, Jakarta.
- Istijanto, M.M., M. Com, 2009, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, Cara Praktis Meneliti Konsumen dan Pesaing*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- J. Supranto, MA, APU, 2011, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2011, *Marketing Management*, Jilid 14e (Global Edition), Pearson Education. Prentice Hall, Edinburgh.
- Nasution, M.N., 2005, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*, PT. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Nursalam, 2003, *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan Pedoman Skripsi, Tesis dan Instrumen Penelitian Keperawatan*, Salemba Media , Jakarta
- R. Terry, George, 2006, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy, 2006, *Teknik Pengukuran dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Richard L. Daft, 2002, *Era Baru Manajemen*, Salemba Empat, Jakarta.
- Riduwan, M.B.A., 2009, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Alfabeta, Bandung
- Saladin, Djaslim, 2004, *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian*, Linda Karya, Bandung
- Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Suyatno M.M, Dr. Thomas, dkk., 2003, *Kelembagaan Perbankan*, Edisi Ketiga, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius, 2012, *Pemasaran Strategik*, Andi Offset, Yogyakarta
- Zeithaml, Valerie A. and Bitner, Mary Jo, 2003, *Service Marketing, p.162, Int'l Edition*, McGraw Hill Inc., New York.