

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KARTU HALO PADA GRAPARI TELKOMSEL AREA JAKARTA SELATAN

Oleh : Hastono

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengidentifikasi kinerja mutu jasa pada kepuasan pelanggan di Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan. Contoh dipilih dengan menggunakan *Metode Simple Random Sampling*. Jumlah populasi 2,5 juta pelanggan, sedangkan sampelnya terdiri dari 100 orang pelanggan. Data yang terkumpul dianalisa dengan menggunakan diagram cartesius. Diagram ini bisa digunakan untuk mengidentifikasi jasa dan tingkat kepuasan pelanggan atas mutu layanan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : perilaku layanan pelanggan (komponen pertama) dengan ordinat (3.9115, 4.2124), tanggapan atas keluhan pelanggan (komponen kedua) dengan ordinat (3.7788, 4.2301) dan fasilitas tambahan (komponen keempat) dengan ordinat (4.1062, 4.2389) terletak pada kuadran I. Berarti mereka puas dan dipandang penting bagi pelanggan. Jasa pembayaran (komponen kelima) dengan ordinat (3.5664, 4.1062) terletak pada kuadran III. Berarti kurang memuaskan dan dipandang penting bagi pelanggan. Idealnya, ketepatan waktu pelayanan perlu dipindah ke kuadran I, sehingga mampu memuaskan pelanggan. Telkomsel area Jakarta Selatan harus menyempurnakan kualitas jasa perihal ketepatan waktu pelayanan.

Key words : signifikansi jasa, kepuasan pelanggan, mutu layanan perusahaan, ketepatan waktu layanan.

PENDAHULUAN

Kualitas, Fungsi dan manfaat dari suatu produk merupakan fokus perhatian konsumen. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisannya yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan,

keinginan dan harapan konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke produk substitusi.

Era telepon selular, khususnya Global System for Mobile communications (GSM), memang baru marak dalam beberapa tahun belakangan ini. Dari segi teknologi dan merek serta jenis, ponsel yang beredar di Indonesia sama sekali tidak ketinggalan dari Negara lain. Performance sebuah ponsel sangat tergantung pada

kecepatan mengatasi masalah after sales service yang sangat diharapkan oleh pelanggan.

Salah satu indikator yang cukup handal untuk kelangsungan hidup dan kemampulabaan dari suatu proses bisnis adalah kepuasan yang berkelanjutan. Peningkatan kelangsungan hubungan dengan pelanggan lama dan terus mengakuisisi pelanggan baru dengan konsep kepuasan pelanggan, akan mempunyai pengaruh yang lebih besar terhadap bagian pasar (market share).

Terdapat banyak operator selular di Indonesia, namun hanya beberapa yang menyediakan berbagai fasilitas untuk kemudahan pelanggannya. Dari beberapa operator tersebut Telkomsel dengan kartu HALO-nya adalah operator yang menyediakan *feature* yang paling banyak, disamping memiliki keunggulan dalam hal cakupan wilayah. Namun demikian belum semua pelanggan kartu HALO memanfaatkan fasilitas tersebut. Hal ini disebabkan oleh faktor ketidaktahuan atau keterbatasan informasi. Karena itu, promosi dibuat secara nasional melalui iklan di empat stasiun tv swasta, koran nasional dan Koran koran daerah. Iklan ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pelanggan yang sama sekali tidak tahu.

Brosur-brosur diberikan kepada pelanggan yang tahu ada *feature* tetapi belum bisa memanfaatkan secara maksimal.

Sebagai perusahaan ternama, Telkomsel memiliki visi jauh ke depan dan misi memberikan yang terbaik bagi masyarakat dan negara. Satu-satunya alternatif Telkomsel adalah: tumbuh, berkembang dan berjaya. Untuk itulah seluruh potensi, lapisan dan jajaran telkomsel harus selalu kreatif berinovasi, memiliki kesatuan sikap dan derap, melangkah maju dengan semangat kejuangan. Salah satu faktor kunci keberhasilan penyelenggaraan jasa selular dalam era persaingan ini adalah kemampuan suatu jaringan operasi menghadirkan *customer service* kepada masyarakat, suatu filosofi baru dunia untuk merajakan kepentingan para pelanggannya.

Keinginan untuk berhasil menyelesaikan masalah sekaligus memuaskan pelanggan adalah bagian budaya kerja karyawan Telkomsel. Kepedulian terhadap konsumen merupakan hal yang penting. Untuk meningkatkan kemampuan para karyawan dilakukan pelatihan kepada karyawan baru dan karyawan lama sehingga karyawan akan dapat meningkatkan produktivitasnya.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan pemasaran jasa di Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang memadai, maka diberikan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dikhususkan pada kinerja dari kualitas pelayanan (*service*) yang diberikan oleh Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan padapelayanan.
2. Penelitian dilakukan terhadap pelanggan dari Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan.

METODE PENELITIAN

1. Penentuan Perusahaan

Penelitian dilakukan di perusahaan jasa Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan, dengan pertimbangan sebagai berikut:

- Perusahaan ini bergerak di bidang jasa telepon selular yang diminati oleh masyarakat.
 - Visi Telkomsel: Menjadi penyedia layanan dan solusi *mobile digital lifestyle* kelas dunia yang terpercaya.
- Perusahaan ini mempunyai misi Memberikan layanan dan solusi *mobile digital* yang melebihi ekspektasi pelanggan, memberikan nilai tambah kepada para *stakeholders*, dan mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa. “.
 - Perusahaan jasa lebih dekat dengan konsumen, mengetahui keinginan dan harapan pelanggan, sehingga untuk memenuhinya dapat lebih mudah dilakukan, dengan demikian kepuasan pelanggan dapat dicapai.

2. Metode Penentuan Sampel

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang merupakan sampel dari populasi (pelanggan Telkomsel Jakarta Selatan Area) pada bulan Juli 2015. Populasi dari penelitian ini bersifat infinite, karena jumlah pelanggan tersebut bervariasi setiap saat. Sampel yang digunakan ini dianggap telah mewakili dari seluruh populasi yang ada. Sampel dipilih secara acak sederhana (*simple random sampling*), hal ini dianggap telah representatif.

3. Metode Pengumpulan Data

Data penelitian meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari obyek penelitian dengan menggunakan daftar pertanyaan (kuesioner), yang meliputi keinginan, kebutuhan dan harapan konsumen yang berkenaan dengan fasilitas fisik, keandalan atau kemampuan perusahaan dalam memuaskan pelanggan, ketepatan dan kecermatan dalam pelayanan, jaminan dan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi, perhatian dan kenyamanan yang diberikan perusahaan pada konsumen. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka, buku-buku literatur, majalah serta laporan penelitian yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

- a. Kualitas pelayanan: keunggulan keunggulan atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan harapan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan meliputi sikap *customer service*, tanggapan

terhadap keluhan konsumen, jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu.

- 1) Sikap customer service: sikap yang diperlihatkan oleh karyawan bagian customer service dalam pelayanan dan pemberian informasi kepada pelanggan baik melalui telepon maupun tatap muka, diukur menggunakan skor (sangat ramah = 5, ramah = 4, cukup ramah = 3, kurang ramah = 2, tidak ramah = 1).
- 2) Tanggapan terhadap keluhan konsumen: respon yang diberikan oleh perusahaan setelah menerima pengaduan dari konsumen, diukur menggunakan skor (sangat puas = 5, puas = 4, cukup puas = 3, kurang puas = 2, tidak puas = 1)
- 3) Jasa pembayaran: jasa yang diberikan berkaitan dengan pentarifan dan penggunaan pulsa yang dilakukan oleh pelanggan, diukur menggunakan satuan unit uang.
- 4) Fasilitas tambahan: kemudahan-kemudahan yang diperoleh oleh pemegang produk telkomsel,

yang diukur dengan menggunakan skor (sangat penting = 5, penting = 4, cukup penting = 3, kurang penting = 2, tidak penting = 1).

5) Ketepatan waktu: pemberian pelayanan secara tepat dan tepat sesuai dengan yang dijanjikan, diukur dalam satuan per jam.

b. Kepuasan konsumen: suatu tanggapan atau respon yang diberikan konsumen setelah mendapatkan pelayanan dari digunakan Diagram Cartesius, yang dapat mengetahui tingkat kepentingan pelayanan menurut konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap

perusahaan, yang diukur dengan menggunakan skor (sangat puas = 5, puas = 4, cukup puas = 3, kurang puas = 2, tidak puas = 1).

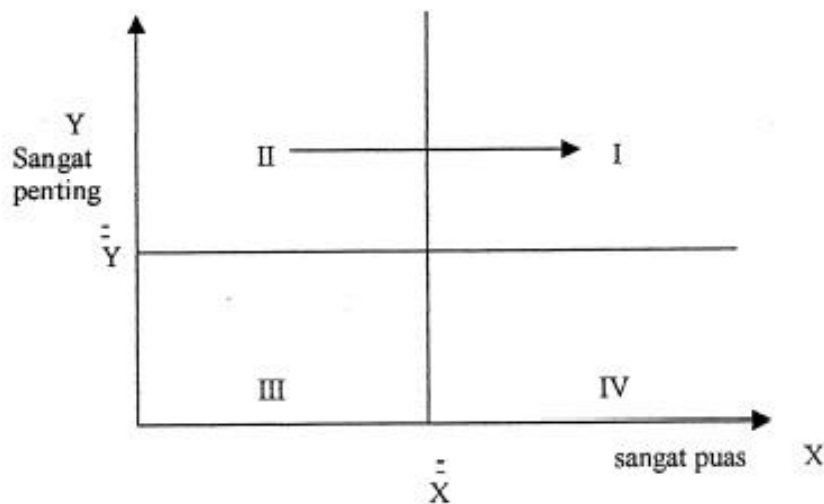
1.Hipotesis dan Metode Analisis

a. Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah: analisis kinerja kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Metode Analisis

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Diagram Cartesius dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Cartesius

Keterangan:

Y : tingkat kepuasan konsumen

X : tingkat kepentingan konsumen akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan

\bar{X} : rata-rata tingkat kepuasan konsumen yang diperoleh dari rata-rata hasil hitungan tingkat kepuasan konsumen

\bar{Y} : rata-rata tingkat kepentingan pelanggan yang diperoleh dari rata-rata hasil hitungan tingkat kepentingan konsumen

$\bar{\bar{X}}$: rata-rata kedua, yang diperoleh dari jumlah rata-rata tingkat kepuasan dibagi dengan jumlah komponen yang berkaitan dengan pelayanan

$\bar{\bar{Y}}$: rata-rata kedua, yang diperoleh dari jumlah rata-rata tingkat kepentingan dibagi dengan jumlah komponen yang berkaitan dengan pelayanan

Adapun rumus yang dipergunakan untuk menghitung nilai-nilai tersebut adalah sebagai berikut:

$$\text{Rata rata } (\bar{X} \text{ atau } \bar{Y}) = \frac{\text{Jumlah nilai jawaban masing masing kompone}}{N}$$

Dimana N= jumlah responden

$$\text{Rata rata } (\bar{\bar{X}} \text{ atau } \bar{\bar{Y}}) = \frac{\text{Jumlah nilai Rata rata}}{N}$$

Dimana N = jumlah responden

Kriteria hipotesis :

Di kuadran I : Atribut ini dianggap sangat penting oleh konsumen dan pelayanannya sangat memuaskan, sehingga perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanannya.

Di kuadran II : Atribut ini dianggap sangat penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya tidak memuaskan sehingga perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan sehingga atribut tersebut akan bergeser dari kuadran II menuju kuadran I.

Di kuadran III : Atribut ini dianggap kurang atau tidak penting oleh pelanggan dan pelayanannya kurang memuaskan.

Di kuadran IV: Atribut ini dianggap kurang atau tidak penting oleh pelanggan tetapi pelayanannya sangat memuaskan

Jika hasil penelitian berada di kuadran III dan IV, maka perusahaan bisa mengabaikan karena pelayanan tersebut bisa dianggap kurang atau tidak penting oleh konsumen.

HASIL PENELITIAN

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Diagram Cartesius yang dapat dipergunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan kualitas ayanan yang diterima oleh pelanggan.

Dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dan tingkat kepentingan kualitas pelayanan menurut pelanggan, langkah-langkah yang dilakukan adalah:

1. Menentukan Kualitas Pelayanan (Quality Service) Grapari Tekomsel Jakarta Selatan yang diberikan kepada pelanggan

Kualitas pelayanan yang diberikan Telkomsel Jakarta selatan kepada pelanggan antara lain:

- Sikap Customer Service dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada pelanggan baik secara langsung maupun melalui telepon.
- Tanggapan, respon dan jawaban yang diberikan grapari Telkomsel area Jakarta Selatan kepada pelanggan yang menyampaikan keluhannya secara langsung maupun melalui telepon/surat.
- Jasa pembayaran, hal ini berkaitan dengan cara dan tempat pelanggan dalam

melakukan pembayaran tagihan. Telkomsel menyampaikan tagihan telepon dengan cara; pembayaran tunai, auto debet, transfer dana, ATM BCA dan kartu kredit.

- Fasilitas tambahan yang dimiliki oleh kartu Halo, antara lain; Callipso/CLI (calling line interpersonal), Veronica, Smile, call waiting, call forwarding, Farida, call baring, SLI, Roaming Nasional dan Roaming Internasional.
- Ketepatan waktu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, antara lain; pembukaan pemblokiran, aktivasi dan validasi.

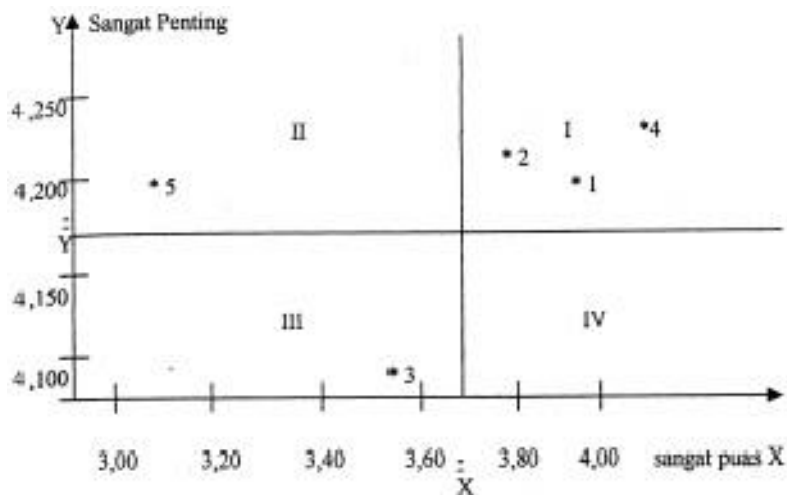
2. Analisis kinerja Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan

Dari perhitungan dan pengolahan data diperoleh hasil seperti pada tabel berikut:

Tabel 1. Rata-rata Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan

NO	KOMPONEN	\bar{X}	\bar{Y}
1	Sikap Customer Service	39,115	42,124
2	Tanggapan terhadap Keluhan pelanggan	37,788	42,301
3	Jasa Pembayaran	35,664	41,062
4	Fasilitas Tambahan	41,062	42,389
5	Ketepatan Waktu Pelayanan	30,177	42,035
Rata – rata		33,671	42,124

Dari tabel tersebut, tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan kualitas pelayanan menurut pelanggan dapat ditampilkan dalam Diagram Cartesius sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Cartesius

Dari diagram tersebut dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Sikap *Customer Service*: terletak pada kuadran I dengan ordinat (3,9115, 4,2124), berarti bahwa sikap *Customer Service* memuaskan dan dianggap penting oleh pelanggan.

Hal ini disebabkan karena adanya pelatihan karyawan dan informasi yang diberikan adalah jelas dan lengkap, serta sikap *Customer Service* ramah dan simpati.

2. Tanggapan terhadap Keluhan Pelanggan: terletak pada kuadran I

dengan ordinat (3,7788, 4,2301), yang berarti bahwa tanggapan terhadap keluhan pelanggan memuaskan dan dianggap penting oleh pelanggan. Hal ini disebabkan karena Telkomsel cepat dalam menyelesaikan keluhan pelanggan dan pelanggan dapat melakukan pengaduan lewat telepon atau tatap muka.

3. Jasa Pembayaran: terletak pada kuadran III dengan ordinat (3,5664, 4,1062), yang berarti bahwa jasa pembayaran yang dilakukan oleh Telkomsel Jakarta Selatan kurang memuaskan dan kurang dianggap penting oleh pelanggan. Hal ini disebabkan karena kurang dimengertinya sistem pembayaran yang ditawarkan, padahal cara pembayarannya beragam dan memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran.
4. Fasilitas Tambahan: terletak pada kuadran I dengan ordinat (4,1062, 4,2389) yang berarti bahwa adanya fasilitas tambahan adalah memuaskan dan dianggap penting oleh pelanggan. Hal ini disebabkan karena fasilitas tambahan ini menguntungkan pelanggan,

memudahkan pelanggan dan merupakan kelebihan dari produk Telkomsel.

5. Ketepatan Waktu Pelayanan: terletak pada kuadran II dengan ordinat (3,0177, 4,2035) yang berarti bahwa ketepatan waktu pelayanan kurang memuaskan dan dianggap penting oleh pelanggan. Hal ini disebabkan karena proses pembukaan pemblokiran dianggap agak lamban, dan terkadang survei calon pelanggan kurang cepat. Adanya hari libur menghambat proses pelayanan terhadap konsumen dan mengenai keterlambatan aktivasi dan validasi, bukan semata-mata kesalahan Grapari Telkomsel area Jakarta selatan tapi ada beberapa hal yang menjadi penyebabnya antara lain; kurang lengkapnya data atau persyaratan yang diberikan oleh pelanggan saat membeli kartu Halo, kurang cepatnya dealer menyerahkan data pelanggan dan terkadang sulit untuk menentukan waktu melakukan validasi karena pelanggan tidak bisa ditemui dan untuk pembukaan pemblokiran terkadang dikarenakan pelanggan belum memberikan informasi bahwa pelanggan telah

membayar rekening yang tertunda pembayarannya tersebut.

Dari analisis diatas akan lebih ideal jika komponen 5, yaitu ketepatan waktu pelayanan yang terletak di kuadran II bergeser menuju kuadran I, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Oleh karena itu, Telkomsel Jakarta Selatan perlu melakukan tindakan peningkatan kualitas pelayanan dalam hal ketepatan waktu, antara lain dengan:

- a. Melakukan survei kepada pembeli kartu HALO. Grapari Telkomsel Jakarta Selatan Memvalidasi (disurvei kebenaran dari data pelanggan) dan mengaktifkan kartu halo daripembelinya, setelah pembeli kartu HALO memenuhi persyaratan berlangganan dan mengajukannya pada Telkomsel Jakarta Selatan. Proses validasi dan aktivasi ini dinilai lamban oleh pelanggan, karena yang menjadi kendala proses aktivasi dan validasi ini, bukan hanya Telkomsel Jakarta selatan, tetapi juga pelanggan dan dealer, maka perlu adanya koordinasi antara Telkomsel dan dealer, serta perlunya kesadaran pelanggan untuk memenuhi persyaratan dengan

lengkap. Proses membuka pemblokiran

- b. Proses dalam membuka pemblokiran dinilai lamban oleh pelanggan. Hal ini hendaknya mendapatkan perhatian yang intensif, dan Telkomsel Jakarta Selatan mempercepat proses membuka pemblokiran. Bila memang terhalang hari libur harus ada konfirmasi dengan pelanggan, dan jika penyebabnya karena pelanggan belum melaporkan bahwa pelanggan telah membayar tagihan yang tertunda, maka perlu adanya kesadaran pelanggan untuk secepatnya melaporkan atau menyerahkan bukti pembayaran ke Telkomsel Jakarta Selatan. Ketepatan waktu pelayanan merupakan kualitas pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan. Meningkatkan kualitas pelayanan yang dianggap penting harus dilaksanakan secara maksimal hingga keinginan untuk memuaskan pelanggan dapat tercapai.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kualitas pelayanan Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan, diproyeksikan dalam 5 komponen, yaitu; sikap *Customer Service*, tanggapan Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan dalam menghadapi keluhan pelanggan, jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu pelayanan.
- b. Setelah dilakukan pengukuran, penilaian dan analisis secara kuantitatif dengan menggunakan Diagram Cartesius maka menunjukkan bahwa:
 - 1) Pelanggan merasa puas dan menganggap penting atas sikap *Customer Service* dalam memberikan informasi secara jelas dan simpati serta bersikap ramah.
 - 2) Fasilitas tambahan dari kartu HALO memudahkan pelanggan. Hal ini merupakan kelebihan yang

dirasakan manfaatnya oleh seorang

pelanggan dibandingkan produk lain.

- 3) Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan tanggap terhadap berbagai macam keluhan pelanggan yang ada dan menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi pelanggan dengan cepat. Hal ini memuaskan dan dianggap penting oleh pelanggan.
- 4) Jasa pembayaran kurang memuaskan bagi pelanggan. Hal ini dikarenakan keanekaragaman yang sebenarnya memudahkan pelanggan, kurang dipahami pelanggan. Pelanggan cenderung menginginkan pembayaran langsung ke Grapari Telkomsel Jakarta selatan, karena lebih mudah dan cepat diketahui jika pembayaran terlambat.
- 5) Ketepatan waktu pelayanan dan pembukaan pemblokiran kurang cepat dan kurang memuaskan, ini sering kali disebabkan karena terhalang

hari libur dan hal ini bukan hanya kesalahan Telkomsel dan dealer tetapi terkadang juga disebabkan oleh pelanggan sendiri.

2. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan kepada Telkomsel Jakarta Selatan sebagai berikut:

- a. Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan hendaknya mempertahankan kualitas pelayanan yang dianggap penting dan sudah memuaskan pelanggan, sehingga pelanggan diharapkan akan menjadi pelanggan yang loyal dan dapat digunakan sebagai tenaga promosi gratis kepada calon pelanggan lainnya .
- b. Kualitas pelayanan yang belum memuaskan pelanggan adalah jasa pembayaran dan ketepatan waktu. Oleh karena itu, Grapari Telkomsel area Jakarta Selatan harus dapat meningkatkan kualitas dan kecepatan waktu pemrosesan. Untuk itu diperlukan koordinasi dengan tempat-tempat yang dapat dimanfaatkan oleh pelanggan dalam melakukan pembayaran. Dengan demikian tidak ada kesalahan dalam pemblokiran bagi pelanggan yang telah membayar lunas dan proses pembukaan pemblokiran dapat dilakukan dengan lebih cepat dan pelanggan yang telah membayar dan proses pembukaan pemblokiran dapat dilakukan lebih cepat dan pelanggan juga harus membantu proses aktivasi, validasi dan pembukaan pemblokiran yang dilakukan oleh Grapari Telkomsel area Jakarta selatan dengan menyerahkan persyaratan secara lengkap dan secepatnya memberitahu kalau sudah membatasi tagihan yang tertunda.
- c. Saran kepada peneliti yang lain, diharapkan untuk meneruskan penelitian ini. Penelitian ini belum dapat menghasilkan komponen yang posisinya sangat ideal, dimana komponen yang dianggap penting oleh semua pelanggan dapat terpenuhi. Dengan adanya kelanjutan penelitian ini diharapkan dapat mampu mendapatkan hasil yang memuaskan dalam Diagram Cartesius yang baru, komponen yang dianggap penting oleh pelanggan dapat berada di Kuadran I. Kinerja peningkatan kualitas juga dapat diteliti lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aviliani. 1997, Mei. *Membangun Kepuasan Pelanggan melalui Kualitas Pelayanan*.
Usahawan. Hlm. 8. Gaspersz, V, 1997. *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta : PT Gramedia
- Herawaty, H. 1997, Mei. *Kampanye Features Telkomsel*. Halo-halo. Hlm. 16.
- Hutabarat, Jemsly. 1997, Mei. *Visi Kualitas Jasa "Membahagikan Pelanggan" : Kunci Sukses Bisnis Jasa*. Usahawan. Hlm. 14.
- Maijer, E. 1997. Mei. *Pasar Potensial yang Jadi Rebutan*. Halo-halo. Hlm. 6.
- Soetjiptomo, Budi W. 1997, Januari. *Service Quality: Alternatif Pendekatan Berbagai Persoalan di Indonesia*. Usahawan. Hlm. 18.
- Suharsini. 1993. *prosedur Penelitian*, Jakarta : PT Rineka Cipta.