

**INTEGRASI *SERVICE QUALITY* DAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (QFD) UNTUK
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN INDIHOME
DI PT. TELKOM BANDUNG
(STUDI KASUS : PT. TELKOM BANDUNG)**

TUGAS AKHIR

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

SAKTIANSYAH BAGJA GUMELAR

NRP : 143010017



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN
2019**

**INTEGRASI SERVICE QUALITY DAN QUALITY
FUNCTION DEPLOYMENT (QFD) UNTUK
MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN INDIHOME
DI PT. TELKOM BANDUNG
(STUDI KASUS : PT. TELKOM BANDUNG)**

Oleh

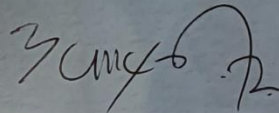
**Saktiansyah Bagja Gumelar
NRP : 143010017**

Menyetujui
Tim Pembimbing

Tanggal

Pembimbing

Penelaah



(Dr. Ir. H. Chevy Sumerli A., MT)



(Dr. Ir. Hj. Arumsari H., M.Sc)

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Ir. Toto Ramadhan, MT

**INTEGRASI SERVICE QUALITY DAN QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT (QFD) UNTUK MENINGKATKAN
KUALITAS PELAYANAN INDIHOME DI PT. TELKOM
BANDUNG
(STUDI KASUS : PT. TELKOM BANDUNG)**

SAKTIANSYAH BAGJA GUMELAR
NRP : 143010017

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan seorang pelanggan mengenai rasa senang atau kecewa. Penelitian ini akan mengukur kepuasan pelanggan di PT. Telkom Bandung IndiHome menggunakan pendekatan Service Quality dan Quality Function Deployment yang bertujuan untuk memberikan usulan perbaikan berdasarkan hasil persepsi dan ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan. Setelah dilakukan proses perhitungan Service Quality dengan mengukur gap 5. Apabila nilai gap nya 0 maka telah sesuai dengan ekspektasi pelanggan sehingga tidak adanya gap dari point tersebut. Jika nilai positif maka poin tersebut sudah melebihi dari ekspektasi pelanggan. Berbeda jika nilainya negatif, artinya bahwa pada poin tersebut tentunya realita dari pelayanan IndiHome masih belum sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selanjutnya hasil dari Quality Function Deployment diketahui atribut yang perlu diprioritaskan menjadi bahan yang harus diperhatikan adalah Modem tidak mudah rusak dan berfungsi dengan baik, dengan nilai Normalized Raw Weight tertinggi yaitu 8,258. Sedangkan karakteristik teknis yang diprioritaskan adalah Koneksi stabil di berbagai cuaca dengan nilai 195,48. Maka PT.Telkom Indihome selaku penyedia jasa Internet harus lebih memperhatikan kualitas modemnya itu sendiri, agar modem tidak mudah rusak dan berfungsi dengan baik meski dalam kondisi serta cuaca yang tidak stabil, agar jaringan atau koneksi yang stabil didalam berbagai cuaca.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Service Quality, Quality Function Deployment, GAP 5.

**INTEGRASI SERVICE QUALITY DAN QUALITY FUNCTION
DEPLOYMENT (QFD) UNTUK MENINGKATKAN
KUALITAS PELAYANAN INDIHOME DI PT. TELKOM
BANDUNG
(STUDI KASUS : PT. TELKOM BANDUNG)**

SAKTIANSYAH BAGJA GUMELAR
NRP : 143010017

ABSTRACT

Customer satisfaction is the response or response of a customer regarding feeling happy or disappointed. This research will measure customer satisfaction at PT. Telkom Bandung IndiHome uses the Service Quality and Quality Function Deployment approach which aims to provide suggestions for improvement based on the results of perceptions and expectations expected by customers. After the Service Quality calculation process is done by measuring gap 5. If the gap value is 0, it is in accordance with customer expectations so there is no gap from that point. If the value is positive, the points have exceeded customer expectations. It is different if the value is negative, meaning that at that point, of course the reality of IndiHome's services is not yet in accordance with customer needs. Furthermore, the results of the Quality Function Deployment are known attributes that need to be prioritized into materials that must be considered are the Modem is not easily damaged and functions well, with the highest Normalized Raw Weight value of 8.258. While the priority technical characteristics are stable connection in various weather with a value of 195.48. So PT.Telkom Indihome as an Internet service provider must pay more attention to the quality of the modem itself, so that the modem is not easily damaged and functions well even in conditions and unstable weather, so that the network or connections are stable in various weather conditions.

Keywords : Customer Satisfaction, Service Quality, Quality Function Deployment, GAP 5.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xvii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang	I-1
I.2 Perumusan Masalah	I-3
I.3 Tujuan Dan Manfaat Pemecahan Masalah	I-3
I.4 Asumsi Dan Pembatasan Masalah	I-4
I.4.1 Asumsi	I-4
I.4.2 Batasan	I-4
I.5 Lokasi Penelitian	I-4
I.6 Sistematika Penulisan	I-4
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Konsep Jasa	II-1
II.1.1 Pengertian Jasa	II-1
II.1.2 Karakteristik Jasa	II-2
II.1.3 Klasifikasi Jasa	II-3
II.1.4 Kualitas Jasa	II-5
II.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan	II-6

II.2.1	Haraapan dan Kepuasan Pelanggan	II-8
II.2.2	Manfaat Kepuasan Pelanggan	II-10
II.2.3	Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan	II-11
II.2.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	II-12
II.2.5	Ekspektasi Konsumen	II-13
II.2.6	Persepsi Konsumen	II-13
II.3	Macam-macam <i>Provider Internet Broadband</i> di Indonesia	II-15
II.3.1	IndiHome	II-15
II.3.2	Biznet	II-15
II.3.3	Firstmedia	II-16
II.3.4	Indosat Ooredoo GIG	II-16
II.3.5	MNC Play Media	II-16
II.3.6	MyRepublic	II-16
II.3.7	Oxygen.id	II-17
II.4	Perancangan Kuisisioner	II-17
II.5	<i>Service Quality</i> (Servqual)	II-18
II.5.1	Analisis GAP	II-22
II.6	<i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	II-24
II.6.1	Manfaat <i>Quality Function Deployment</i>	II-24
II.6.2	Tahapan <i>Quality Function Deployment</i>	II-25
II.7	<i>House of Quality</i> (HOQ)	II-32
BAB III	USULAN PEMECAHAN MASALAH	III-1
III.1	Model Pemecahan Masalah	III-1
III.2	Langkah-langkah Penelitian	III-2
III.2.1	Studi Literatur	III-2
III.2.2	Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah	III-2
III.2.3	Tujuan dan Manfaat Penelitian	III-2
III.2.4	Penentuan Sampel Penelitian	III-3
III.2.5	Pembuatan Kuisisioner	III-3

III.2.6	Penyebaran Kuisisioner	III-3
III.2.7	Pengumpulan Data.....	III-4
III.3	Teknik Pengolahan Data	III-4
III.3.1	Uji Validitas	III-4
III.3.2	Uji Reliabilitas	III-5
III.4	Populasi dan Sampel	III-6
III.5	Pengolahan Data.....	III-6
III.6	Analisis Prioritas Rekomendasi Perbaikan	III-9
III.7	Analisa dan Pembahasan.....	III-10
III.8	Kesimpulan dan Saran.....	III-10

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA IV-1

IV.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	IV-1
IV.2	Visi, Misi dan Nilai/Budaya Perusahaan	IV-3
IV.3	Logo Perusahaan	IV-4
IV.4	Lokasi Perusahaan	IV-5
IV.5	Penentuan Responden	IV-5
IV.5.1	Penyusunan Kuesioner	IV-6
IV.5.2	Penyebaran Kuesioner	IV-9
IV.6	Pengumpulan Data Kuesioner.....	IV-9
IV.7	Pengolahan Data Kuesioner.....	IV-13
IV.7.1	Data Karakteristik Respon	IV-13
IV.7.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	IV-13
IV.8	Analisis <i>Service Quality</i>	IV-20
IV.9	Analisis <i>Quality Function Deployment</i>	IV-27
IV.9.1	Analisis <i>Voice of Customer</i> (Matriks WHATs).....	IV-27
IV.9.2	Penentuan <i>Technical Responses</i> (Matriks WOHs)	IV-39
IV.9.3	Analisis <i>Relationship</i> WHATs dan HOWs.....	IV-42
IV.9.4	Korelasi Respon Teknis.....	IV-44
IV.9.5	<i>Technical Matrix</i>	IV-45

IV.10 Analisis *House of Quality*IV-47

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... V-1

V.1 Analisis Karakteristik Responden V-1

V.2 Analisis Validitas dan Reliabilitas V-2

V.3 Analisis *Service Quality* V-2

V.4 Analisis *Quality Function Deployment* V-4

V.4.1 Analisis *Voice of Customer* (Matriks WHATs) V-4

V.4.2 Analisis Penentuan *Technical Responses* (Matriks WHOs) V-6

V.4.3 Analisis *Relationship* WHATs dan HOWs V-8

V.4.4 Analisis Korelasi Respon Teknis V-8

V.5 Analisis *House of Quality* Fase 1 V-9

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN VI-1

VI.1 Kesimpulan VI-1

VI.2 Saran VI-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Bab I Pendahuluan

I.1. Latar Belakang Masalah

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang telah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2007:177). Kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen (Zeithaml dan Bitner, 2000:75). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Faktor – Faktor yang mempengaruhi harapan pelanggan ketika melakukan pembelian barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika sudah menggunakan barang atau jasa tersebut atau pengalaman teman – teman yang telah menggunakan barang atau jasa tersebut atau bisa dengan melihat iklan.

Berusaha memberikan kepuasan kepada para pelanggan menjadi salah satu tugas utama bagi perusahaan. Berhasil tidaknya usaha yang dijalankan bahkan ditentukan langsung oleh respon dari para pelanggan. Bila pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, maka tidak mustahil mereka akan semakin loyal dengan apa yang sudah diberikan, dan begitu juga sebaliknya, bila mereka tidak puas dengan pelayanan yang perusahaan berikan, maka jangan heran bila mereka akan berbalik memberikan penilaian buruk terhadap perusahaan dan tidak akan kembali menggunakan produk atau jasa perusahaan. Hal ini dapat mengartikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kunci bagi pelanggan dalam melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang pernah mereka gunakan yang merupakan keuntungan bagi perusahaan.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk., adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik.

PT Telkom saat ini memiliki 6 portfolio bisnis yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya, sebagai berikut :

- a. **Mobile**, portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.
- b. **Fixed**, portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan brand IndiHome.
- c. **Wholesale & International**, produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.
- d. **Network Infrastructure**, produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.
- e. **Enterprise Digital**, terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.
- f. **Consumer Digital**, terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), *digital payment* seperti TCASH, *digital advertising and analytics* seperti bisnis *digital advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things* (IoT).

IndiHome adalah salah satu produk layanan dari Telkom Group berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket triple play meliputi layanan komunikasi, data dan entertainment seperti telepon rumah, internet (*Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (*UseeTV*). IndiHome juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan (*add-on*) yang bisa dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti Telepon Mania, wifi.id *seamless*, *TrenMicro Antivirus*, IndiHome View (*online surveillance camera*) dan masih banyak lagi.

Pelayanan yang diberikan PT. Telkom di pandang cukup memuaskan terutama dalam hal kecepatan. Tetapi masih terdapat kekurangan, seperti kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan, kurang sigapnya petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan, sebagian besar konsumen mengeluhkan mengenai biaya yang tidak sesuai dengan informasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka pengukuran terhadap kepuasan pelanggan di PT Telkom Bandung sangat dibutuhkan, agar perusahaan dapat terus meningkatkan kinerjanya baik dari segi fasilitas maupun pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan yang menggunakan jasa nya.

I.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa yang diberikan ditinjau dari *Service Quality* ?
2. Bagaimana cara mendapatkan gap skor untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan pelayanan (kinerja) perusahaan dengan metode ServQual ?
3. Bagaimana cara mendapatkan respon teknis untuk memperbaiki layanan dengan menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)* ?

I.3. Tujuan dan Manfaat Pemecahan Masalah

Tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa yang diberikan ditinjau dari *Service Quality*.
2. Untuk mendapatkan gap skor untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan pelayanan (kinerja) perusahaan dengan metode ServQual.
3. Untuk mendapatkan respon teknis untuk memperbaiki layanan dengan menggunakan *Quality Function Deployment (QFD)*.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Diharapkan hasil penelitian ini dapat di jadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah yang sebaiknya diambil dalam mengatur strategi – strategi pemasaran di masa yang akan datang dan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam hal pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk memperluas wawasan dan pengetahuan penulis khususnya dan pembaca secara umum.

I.4. Asumsi dan Pembatasan Masalah

I.4.1. Asumsi

1. Pelanggan hanya yang berumur remaja (18 – 25 tahun) / mahasiswa dan mahasiswi.
2. Pengelompokan berdasarkan wilayah Bandung saja.

I.4.2. Batasan

1. Penelitian difokuskan pada PT Telkom Bandung.
2. Pelanggan hanya untuk yang menggunakan jasa dari PT. Telkom Bandung sebulan terakhir.
3. Kepuasan pelanggan yang diteliti dibatasi hanya pada kualitas pelayanan.

4. Jumlah Responden dibatasi hanya untuk 100 responden.

I.5. Lokasi Penelitian

Penyusun melakukan penelitian di PT. Telkom Bandung dengan kantor berada di Jl. Jendral Ahmad Yani No.698, Cicaheum, Kiaracondong, Kota Bandung, Jawa Barat 40282.

I.6. Sistematika Penulisan Laporan

Agar dapat melakukan evaluasi secara terperinci dengan maksud untuk mempermudah penalaran masalah, maka sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini merupakan bab awal yang menjelaskan gambaran umum yang terdiri dari latar belakang masalah yang menjelaskan permasalahan PT. Telkom dalam memberi pelayanan kepada para pelanggannya seperti kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan, kurang sigapnya petugas dalam menanggapi keluhan pelanggan, sebagian besar konsumen mengeluhkan mengenai biaya yang tidak sesuai dengan informasi, perumusan masalah dari penelitian ini yaitu bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa yang diberikan ditinjau dari *Service Quality*, Kano dan *Quality Function Deployment* tujuan dari penelitian ini agar mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan jasa yang diberikan ditinjau dari *Service Quality*, Kano dan *Quality Function Deployment* manfaat penelitian dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah yang sebaiknya diambil dalam mengatur strategi – strategi pemasaran PT. Telkom, penelitian ini diasumsikan pelanggan hanya yang berumur remaja (18 – 22 tahun) / mahasiswa dan mahasiswi, dan pembatasan masalah adalah penelitian ini difokuskan di PT. Telkom Bandung saja.

BAB II Landasan Teori dan Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan landasan teori dan tinjauan pustaka dimana menjelaskan tentang teori dari model yang digunakan dalam menyelesaikan penelitian yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dari penelitian ini, terdapat penjelasan mengenai metoda yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan yaitu metoda – metoda yang berhubungan dengan tingkat pelayanan dan kepuasan konsumen, yang menjadi acuan dan berhubungan dengan masalah yang akan dipecahkan.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai metoda penelitian yang terdiri dari tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode analisis, definisi operasional.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Bab ini berisikan pengumpulan dari data yang di dapat dilapangan berupa hasil penyebaran kuisisioner mengenai tingkat kepuasan pelanggan, dilanjutkan dengan pengolahan data yang didapat dengan melakukan uji validitas, reliabilitas dan lainnya.

BAB V Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan tentang analisa yang di dapat dari bab sebelumnya dengan hasil dari data yang telah dilakukan, dan hasil analisis digunakan untuk melakukan pembahasan sebagai dasar acuan untuk membuat lebih baik lagi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini dibahas mengenai kesimpulan dari bab-bab sebelumnya yang mencerminkan jawaban atas permasalahan yang dirumuskan dan memberikan saran yang berisikan anjuran atau rekomendasi atas kesimpulan yang diambil.

DAFTAR PUSTAKA

- Parasuraman, A., Berry., L.L., V.A., *A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future Research*, *Journal of Marketing*, Vol.49, 1985, hal.41-50
- Parasuraman, A., Berry., L.L., V.A., *SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*, *Journal of Retailing*, Vol.64 No.1, 1988, hal.12-40
- Agus, Gede Putu., dkk. 2014. *Implementasi Quality Function Deployment (Qfd) Untuk Meningkatkan Layanan Publik Di Rsud Kabupaten Buleleng Bali*. ISSN: 2303-2898. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. Vol.3, No.2, Oktober.
- Akao, Yoji (1994). *"Development History of Quality Function Deployment". The Customer Driven Approach to Quality Planning and Deployment*. Minato, Tokyo 107 Japan: Asian Productivity Organization. p. 339. ISBN 92-833-1121-3.
- Astuti, H. J. (2007). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN (SERVQUAL Model dan Important Performance Analysis Model). *Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Servqual Dan IPA*, 7(1), 1–20. Retrieved from <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=9606>
- Lupiyoadi, K. (2014). *Pengertian Jasa*, 7.
- Piri, H. G. (2013). *Kualitas Pelayanan Jasa Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan pada Steiner Salon Manado*. *Jurnal EMBA*, 1(4), 504–512.
- Pramuka, J., Ratu, L., Way, I. I., & Timur, L. (n.d.). *PERSEPSI PENGUNJUNG TAMAN NASIONAL WAY KAMBAS DI LAMPUNG TIMUR (Studi Kasus pada Divisi Pusat Latihan Gajah) EXPECTANCY AND PERFORMANCE GAP ANALYSIS BASED ON VISITOR PERCEPTION OF WAY KAMBAS NATIONAL PARK AT LAMPUNG TIMUR (Case Study on Division Elepha*.
- Purnamawati, E. (2009). *Analisis Kualitas Layanan dengan Metode Servqual dan AHP di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil di Surabaya*. *Teknik Industri UPN Jatim*, 1–11.
- Wyckof dan Wisnalmawati. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Charly Vht Family Karaoke Cabang Garut)*. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 175–196. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/115003-ID-pengaruh-kualitas->

pelayanan-terhadap-kep.pdf

LOVELOCK, C. (2010). *PEMASARAN JASA - PERSPEKTIF INDONESIA JILID 1 EDISI KETUJUH*. JAKARTA: ERLANGGA

PARASURAMAN, A. (1990). *DELIVERING QUALITY SERVICE*. NEW YORK: THE FREE PRESS A DIVISION OF MACMILLAN, INC.

Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 12. Jakarta: Indeks

