

**RANCANGAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN
(Studi Kasus di Plasa Telkom Supratman Bandung
PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)**

TUGAS AKHIR

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

Oleh

RANGGA YUDA PRATAMA

NRP : 143010044

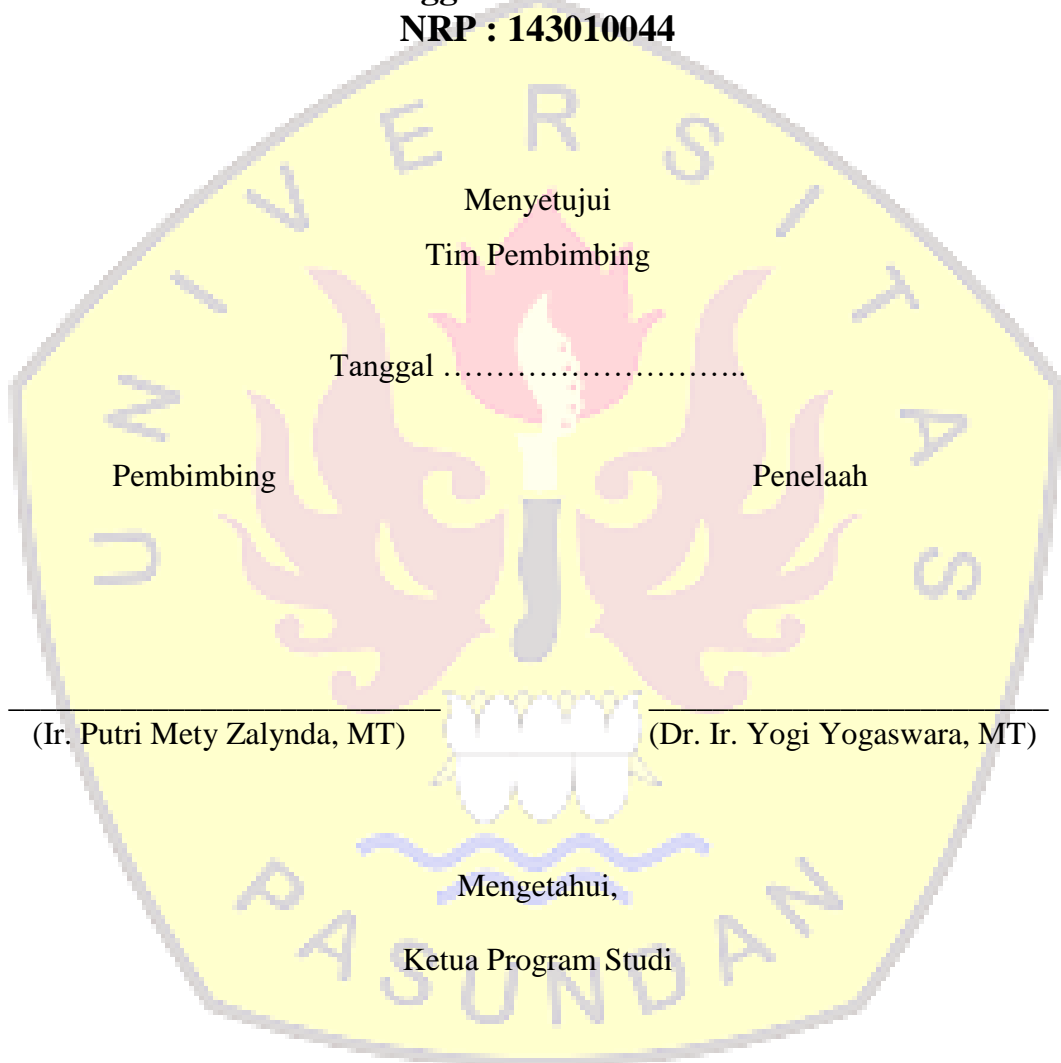


**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN
2019**

RANCANGAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN
(Studi Kasus di Plasa Telkom Supratman Bandung
PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)

Oleh

Rangga Yuda Pratama
NRP : 143010044



Ir. Toto Ramadhan, MT

RANCANGAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN (Studi Kasus di Plasa Telkom Supratman Bandung PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)

RANGGA YUDA PRATAMA
NRP : 143010044

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan saran perbaikan kepada Plasa Telkom Supratman Bandung guna meningkatkan kualitas Pelayanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode Service Quality dan Quality Function Deployment. Tahap pertama dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner kepada pelanggan Indihome yang mengunjungi Plasa Telkom Supratman, untuk mengambil data persepsi dan ekspektasi pelanggan yang nantinya akan di bandingkan untuk mendapatkan hasil gap dari masing – masing kuesioner, semakin besar nilai gap maka semakin besar jarak ekspektasi dan persepsi pelanggan yang artinya pelanggan belum merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh Plasa Telkom Supratman. Gap yang dicari yaitu gap 5 dan kuesioner yang dibuat mengacu kepada lima dimensi dari metode Service Quality yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy. 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. Berdasarkan hasil dari metode Quality Function Deployment diketahui atribut yang perlu diprioritaskan menjadi bahan yang harus diperhatikan oleh Plasa Telkom Supratman Bandung sebagai penyedia layanan tatap muka antar pelanggan dan penyedia layanan dalam hal ini PT. Telkom Indonesia, Tbk berdasarkan nilai Raw Weight yang menggambarkan tingkat kepentingan setiap kebutuhan pelanggan secara keseluruhan, nilai tertingginya yaitu pernyataan Petugas customer service sangat piawai saat menjelaskan produk Indihome dengan poin 8.763. Sedangkan karakteristik teknis yang diprioritaskan Kepedulian dan Keramahan seluruh Petugas Pelayanan Plasa dengan nilai 174.36, dengan begitu dapat disimpulkan bahwa perbaikan dapat dilakukan berdasarkan poin Raw Weight dan Absolute Importance, maka Plasa Telkom diharapkan dapat memperbaiki performa pelayanan di sektor Customer Service tentang kepiawaiannya dalam menjelaskan produk dan selalu memperhatikan Keramahan dan Kepedulian yang diberikan kepada pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Service Quality, Quality Function Deployment, GAP 5.

RANCANGAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN (Studi Kasus di Plasa Telkom Supratman Bandung PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk)

RANGGA YUDA PRATAMA
NRP : 143010044

ABSTRACT

This study aims to provide suggestions for improvement to Plaza Telkom Supratman Bandung in order to improve the quality of service. This study uses a Service Quality and Quality Function Deployment approach. The first stage in this research is distributing questionnaires to Indihome customers who visit Plaza Telkom Supratman, to retrieve data on customer perceptions and expectations which will be compared to get the results of the gap of each questionnaire, the greater the gap value, the greater the distance of expectations and perceptions customers which means customers are not satisfied with the services provided by Plaza Telkom Supratman. The gap sought is gap 5 and the questionnaire created refers to the five dimensions of the Service Quality method namely Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy. 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. Based on the results of the Quality Function Deployment method it is known that the attributes that need to be prioritized are materials that must be considered by Plaza Telkom Supratman Bandung as a face-to-face service provider between customers and service providers, in this case PT. Telkom Indonesia, Tbk based on the value of Raw Weight which illustrates the level of importance of each customer's overall needs, the highest value is the statement of the customer service officer is very skilled when explaining Indihome products with points 8,763. While the technical characteristics prioritized Concern and Hospitality of all Plaza Service Officers with a value of 174.36, thus it can be concluded that improvements can be made based on the points of Raw Weight and Absolute Importance, then Plaza Telkom is expected to improve service performance in the Customer Service sector regarding their expertise in explaining products and always pay attention to the Hospitality and Care given to customers.

Keywords : 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 GAMBAR	xiii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
Bab I Pendahuluan	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Perumusan Masalah	I-3
I.3 Tujuan dan Manfaat Pemecahan Masalah	I-3
I.3.1 Tujuan Penelitian	I-3
I.3.2 Manfaat Penelitian	I-4
I.4 Pembatasan dan Asumsi Pemecahan Masalah	I-4
I.4.1 Pembatasan Masalah	I-4
I.4.2 Asumsi	I-4
I.5 Sistematika Penulisan Laporan	I-4
Bab II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori	II-1
II.1 Pengertian Jasa	II-1
II.2 Karakteristik Jasa	II-2
II.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan	II-3
II.3.1 Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan	II-13
II.3.2 Faktor – faktor yang Mempengaruhi kepuasan pelanggan	II-14
II.4 Dimensi Kualitas Layanan	II-16
II.4.1 Pengertian Kualias Layanan	II-16
II.4.2 Kualitas Pelayanan	II-18
II.5 Metode SERVQUAL dan Analisis GAP	II-20
II.5.1 Metode SERVQUAL	II-20
II.5.2 Analisis GAP	II-21
II.6 Sumber, Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	II-22
II.6.1 Sumber Data	II-22
II.6.2 Jenis Data	II-22
II.6.3 Teknik Pengumpulan Data	II-24
II.7 Metode Kuesioner	II-27
II.8 Quality Function Deployment (QFD)	II-28
II.8.1. Manfaat Quality Function Deployment	II-28

II.8.2. Tahapan Quality Function Deployment	II-29
II.9 House of Quality (HOQ)	II-36
Bab III Usulan Pemecahan Masalah	III-1
III.1 Model Pemecahan Masalah	III-2
III.2 Langkah – langkah Penelitian	III-5
III.2.1 Studi Literatur	III-5
III.2.2 Penetapan Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	III-5
III.2.3 Penentuan Sampel Penelitian.....	III-5
III.2.4 Penentuan Variable Penelitian	III-6
III.2.5 Penyusunan Kuisisioner	III-7
III.2.6 Penyebaran Kuisisioner	III-10
III.2.7 Pengumpulan Data	III-10
III.3 Teknik Pengolahan Data	III-11
III.3.1 Uji Kecukupan Data.....	III-11
III.3.2 Uji Validitas Data	III-11
III.3.3 Uji Reliabilitas Data.....	III-12
III.3.4 Analisis GAP 5	III-13
III.4 Quality Function Deployment.....	III-14
III.4.1 Langkah-Langkah Membuat Hoouse Of Quality (HOQ)	III-14
III.4.1.1 Menentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan	III-14
III.4.1.2 Membentuk Matrik Perencanaan	III-15
III.4.1.3 Menentukan Karakteristik Teknis	III-16
III.4.1.4 Menentukan Matrix Hubungan	III-17
III.4.1.5 Menentukan Korelasi Teknis	III-17
III.4.1.6 Menyusun Matriks Target	III-17
III.4.1.7 Penentuan Matrix Part Deployment	III-18
III.5 Analisis Hasil Pengolahan Data.....	III-18
III.6 Usulan konsep Peningkatan Kualitas.....	III-18
III.7 Kesimpulan dan Saran	III-18
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-7
IV.6 Pengumpulan Data Kuesioner	IV-9
IV.7 Pengolahan Data Kuesioner.....	IV-10
IV.7.1 Data Karakteristik Respon	IV-10

IV.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	IV-10
IV.8 Analisis <i>Service Quality</i>	IV-14
IV.9 Analisis <i>Quality Function Deployment</i>	IV-20
IV.9.1 Analisis <i>Voice of Customer</i> (Matriks WHATs).....	IV-20
IV.9.2 Penentuan <i>Technical Responses</i> (Matriks WHOs)	IV-29
IV.9.3 Analisis <i>Relationship</i> WHATs dan HOWs.....	IV-31
IV.9.4 Korelasi Respon Teknis	IV-33
IV.9.5 <i>Technical Matrix</i>	IV-34
IV.10 Analisis <i>House of Quality</i>	IV-36
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	V-1
V.1 Analisis Karakteristik Responden	V-1
V.2 Analisis Validitas dan Reliabilitas	V-1
V.3 Analisis <i>Service Quality</i>	V-2
V.4 Analisis <i>Quality Function Deployment</i>	V-3
V.4.1 Analisis <i>Voice of Customer</i> (Matriks WHATs)	V-3
V.4.2 Analisis Penentuan <i>Technical Responses</i> (Matriks WHOs)	V-5
V.4.3 Analisis <i>Relationship</i> WHATs dan HOWs.....	V-6
V.4.4 Analisis Korelasi Respon Teknis	V-7
V.5 Analisis <i>House of Quality</i> Fase 1	V-8
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	VI-1
VI.1 Kesimpulan	VI-1
VI.2 Saran	VI-2
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam setiap perusahaan, baik perusahaan yang bergerak di bidang industri barang maupun jasa. Selain dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan, kepuasan pelanggan memegang peranan penting bagi kesinambungan perusahaan, terutama saat menghadapi persaingan bisnis yang terjadi di pasar. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang telah membandingkan kinerja barang atau jasa yang dipikirkan dan terhadap kinerja yang diharapkan (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2007).

Kualitas layanan jasa (*service quality*) dianggap sebagai salah satu elemen kunci dari kesuksesan penyedia layanan karena dapat menyebabkan pelanggan menjadi puas, Parasuraman (1990). Kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima, jika kenyataan melebihi dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan sebaliknya. Servqual (*service quality*) merupakan salah satu metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yang dinilai dari lima dimensi yaitu bukti nyata *Tangibles*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty*. Metode servqual membandingkan antara harapan/ekspektasi (*expectation*) yang diharapkan oleh seorang pelanggan dengan performansi layanan yang diterima (*perceived*). Dengan menggunakan metode Servqual ini, peneliti dapat menghitung gap (celah/kesenjangan) yang ada di antara harapan seorang pelanggan dengan kenyataan yang ada (kinerja suatu layanan jasa).

Dalam bisnis jasa Telekomunikasi diperlukan adanya desain layanan yang merujuk kepada keinginan pelanggan secara langsung agar layanan jasa tersebut dapat terus memberikan layanan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan pelanggan. *Quality Function Deployment* (QFD) adalah suatu metodologi untuk menterjemahkan kebutuhan dan keinginan konsumen ke dalam suatu rancangan produk yang memiliki persyaratan teknik dan karakteristik kualitas tertentu. (Urban Hauser, 1993). Sedangkan Oakland J.S (1995) menyampaikan bahwa QFD adalah suatu sistem untuk mendesain sebuah produk atau jasa yang berdasarkan

permintaan pelanggan, dengan melibatkan partisipasi fungsi-fungsi yang terdapat dalam organisasi tertentu. QFD juga dapat diartikan sebagai penyebaran fungsi-fungsi yang terkait dengan pengembangan produk dan pelayanan dengan mutu yang memenuhi kepuasan konsumen. (Revelle., Frigon., dan Jackson, 1995). Metode QFD juga dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, karena dapat membantu dalam mencari strategi terbaik dimana metode ini merupakan pendekatan terstruktur untuk mendefinisikan kebutuhan atau tuntutan konsumen dan menterjemahkannya menjadi rencana spesifik untuk menghasilkan produk maupun jasa yang mempertemukan kebutuhan-kebutuhan pelanggan dalam bisnis telekomunikasi.

Sebagai penyelenggara telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk memiliki salah satu produk yang bernama Indihome. Untuk melayani pelanggan perihal layanan purna jual Indihome PT. Telkom menyediakan layanan berupa telepon layanan 147, aplikasi *software* My Indihome dan tempat khusus yang merupakan suatu bentuk pelayanan langsung kepada pelanggan. Tempat khusus tersebut yaitu Plasa Telkom yang merupakan salah satu bentuk atau *brand name* untuk outlet milik Telkom yang disediakan untuk melayani pelanggan atau calon pelanggan pengguna jasa Telkom yang ingin dilayani secara langsung (*face to face*) dengan berbagai kemungkinan latar belakang dan alasan, baik mengenai kebutuhan akan segala informasi yang berkaitan dengan produk Telkom yaitu Indihome. pembayaran tagihan jasa telekomunikasi maupun untuk pemenuhan kebutuhan produk itu sendiri.

Plasa Telkom Supratman yang merupakan Plasa Digital satu-satunya di kota Bandung dan merupakan salah satu Plasa yang dilakukan pengukuran dari aspek *Tangible* dan *People* dari seluruh Plasa di Bandung, PT. Telkom melakukan survey kepuasan pelanggan secara periodik agar pelanggan dapat selalu terpuaskan. Salah satu cara yang dilakukan oleh PT. Telkom dengan menggunakan *Mystery Shopper*, yaitu suatu metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan ritel atau mengumpulkan informasi tentang produk dan layanan. Tentu saja, seperti sebutannya, "*Mystery*", maka penilaian ini dilakukan secara rahasia (penyamaran). Ada dua aspek yang dinilai oleh *Mystery Shopper* yaitu aspek *Tangible* (fasilitas fisik) dan aspek *People* (karyawan). Dari hasil survey *Mystery shopper* selama

tahun 2018 dapat dipresentasikan 99% atau hampir sempurna. Namun dari aspek-aspek yang ditelitinya penilaian *mystery shopper* tersebut tidak merujuk kepada teori dari Parasuraman tentang dimensi kepuasan pelanggan dengan metode Servqual dan survey Mystery Shopper tidak diperoleh dari pelanggan secara langsung.

Menurut *Manager* Plasa Telkom terdapat *display* dan komputer yang diperuntukan untuk promosi produk baru PT. Telkom yang terkesan sia-sia karena kekurangan petugas yang membantu mengoprasikannya dan minimnya minat pelanggan untuk mengetahui produk baru dari PT. Telkom, Sehingga perlu dilakukan penelitian tentang tingkat kepuasan pelanggan di Plasa Telkom Supratman Bandung dengan menggunakan metode Servqual dan mencari desain layanan terbaik menurut pelanggan dengan metode *Quality Function Deployment*.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan Plasa Telkom Supratman kota Bandung yang ditinjau dari teori Parasuraman.
2. Bagaimana desain layanan terbaik yang diinginkan pelanggan yang datang ke Plasa Telkom Supratman.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui prioritas perbaikan layanan yang harus diperbaiki terlebih dahulu pada layanan yang ada di Plasa Telkom Supratman.
2. Untuk mengetahui desain layanan terbaik menurut keinginan dan kebutuhan pelanggan menggunakan metode QFD.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Sebagai informasi untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Indihome, dan masukan bagi PT. Telekomunikasi Indonesia, khususnya

Plasa Telkom Supratman kota Bandung agar meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

2. Sebagai informasi untuk memperluas wawasan di bidang pelayanan jasa khususnya layanan jasa telekomunikasi.

1.4 Pembatasan Masalah

1.4.1 Pembatasan masalah

1. Penelitian hanya dilakukan di Plasa Telkom Supratman kota Bandung
2. Data yang diambil hanya dari pelanggan Indihome yang mendatangi Plasa Telkom Supratman kota Bandung.

1.4.2 Asumsi

1. Diasumsikan bahwa hasil survey *Mysteri Shopper* layanan Plasa Telkom Supratman tahun 2018 tidak menggunakan metode Servqual dari Parasuraman.
2. Tingkat persaingan industri jasa telekomunikasi meningkat dari waktu ke waktu, sehingga mutu pelayanan harus ditingkatkan.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan dalam pembahasan laporan Tugas Akhir adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan ini merupakan bab awal yang menguraikan gambaran umum yang terdiri dari latar belakang penelitian, perumusan masalah yang terjadi di Plasa Telkom Supratman, tujuan dan manfaat penelitian, pembatasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan, klasifikasi jasa sifat dan karakteristik jasa, kualitas pelayanan, prinsip

kualitas jasa, model kualitas jasa dan metode QFD sebagai metode untuk mnejemahkan kebutuhan pelanggan yang berhubungan dengan jasa juga analisa, yang menjadi acuan dan berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.

BAB III USULAN PEMECAHAN MASALAH

Bab ini berisikan gambaran umum perusahaan PT. Telkom dan flowchart penelitian yang digunakan untuk menjelaskan langkah-langkah didalam melakukan pemecahan masalah. Metode penelitian yang terdiri dari tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, pengukuran instrument penelitian. Juga metode QFD sebagai analisa akhir untuk penelitian ini.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan data yang didapat di lapangan berupa hasil penyebaran kuisisioner mengenai tingkat kepuasan pelanggan, dilanjutkan dengan pengolahan data yang didapat dengan melakukan uji validitas, realibilitas dan lainnya

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan hasil analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan dan hasil analisis digunakan untuk melakuakn pembahasan sebagai dasar acuan tingkat kepuasan konsumen menjadi lebih baik

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan yang diambil sebagai hasil akhir dari hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan

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, Okrober.
- 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

