

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Lembaga Kursus Dan Pelatihan Via Course Kota Metro

Ritalia¹, Suwanto²

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro, Kec. Metro Timur, Metro

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro. Data diperoleh dari observasi dan kuesioner yang diberikan kepada 60 sampel. Analisa data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis yang dipergunakan adalah *analisis Regresi Linier Berganda*. Hasil analisis kemudian di analisis dengan pengujian instrumen serta uji hipotesis. Data Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro.

Kata Kunci: Tingkat Kepuasan Konsumen, Kualitas Jasa

I. Pendahuluan

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional/global. Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era ini adalah menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang puas dan loyal. Tidak ada perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa ada pelanggan yang puas. Maka dari itu, perusahaan harus bekerja keras untuk dapat memuaskan pelanggan sehingga dapat memenangkan persaingan yang ada serta membawa dampak yang positif terhadap kemajuan perusahaan. Salah satu hal terpenting dalam bidang jasa yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan yaitu pelayanan.

Menurut Goetsch Davis dalam Zulian (2014), Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Pelayanan yang diberikan dapat menimbulkan sikap positif maupun negatif pelanggan terhadap perusahaan dan produk yang dihasilkan. Maka dari itu, pelayanan harus dilakukan dengan sebaik-baiknya agar pelanggan merasa puas dan loyal kepada perusahaan sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus menjalankan usahanya dengan lancar.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapannya. Jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapan atau hasil yang dirasakan oleh pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Dengan demikian maka pelanggan akan menyatakan hal yang baik tentang produk dan pelayanan perusahaan yang bersangkutan kepada orang lain sehingga akan memberikan keuntungan kepada perusahaan itu sendiri karena mendapatkan pelanggan baru dengan mudah. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan akan kemampuan pengembangan potensi dalam proses pembelajaran, banyak bermunculan lembaga-lembaga pendidikan yang menyediakan jasa kursus. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan akan teknologi komputer maka banyak

bermunculan lembaga-lembaga kursus salah satunya lembaga kursus computer. Dengan adanya lembaga kursus komputer tersebut diharapkan dapat mempunyai pengetahuan dan kemampuan teknologi komputer yang sangat dibutuhkan pada era globalisasi modern sekarang ini.

Keberadaan industri jasa ini mendapat tempat tersendiri dikalangan masyarakat. Secara tidak langsung kondisi seperti ini dapat meningkatkan persaingan di antara lembaga pendidikan sejenis dalam hal menawarkan produk yang terbaik untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen pada masa sekarang sudah mulai selektif untuk mencari tempat yang bagus dan baik secara pelayanannya. Jasa yang diberikan kepada konsumen juga sangat berhubungan langsung dengan keberlangsungan suatu perusahaan.

Bertitik tolak dari uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji, meneliti dengan mengangkat judul “**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro**”

II. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan angket berupa pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk diisi dengan keadaan sebenarnya. Data diperoleh dari sumber pertama melalui prosedur dan teknik pengumpulan data yang dapat berupa interview, observasi, maupun penggunaan instrumen pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya. Data sekunder diperoleh dari sumber tidak langsung yang berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.

Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih dapat diinterpretasikan. Data yang dihimpun dari hasil penelitian di lapangan, akan penulis bandingkan dengan data kepustakaan, kemudian dilakukan analisis untuk menarik kesimpulan. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif.

Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner agar data yang diperoleh bisa relevan atau sesuai dengan tujuan uji validitas yang digunakan adalah dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor setiap konstruksinya. Pengujian ini menggunakan metode *Pearson Corelation*, data dikatakan valid apabila korelasi antar skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor setiap konstruksinya signifikan pada level 0,05 (Ghozali, 2011). Untuk menguji koefisien korelasi tersebut maka menggunakan level signifikan 5% jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan tersebut adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Untuk uji reliabilitas instrumen, semakin dekat koefisien keandalan, maka akan semakin baik. Keandalan konsistensi antar item atau koefisien dapat dilihat pada table *Cronbach's Alpha*. Untuk menguji reabilitas instrument, semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0 maka akan semakin baik. Nilai reabilitas dinyatakan *reliable* jika mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing instrument yang dikatakan valid jika $(r_i) > 0,6$. (Ghozali, 2011)

c. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011) uji normalitas merupakan pengujian asumsi residual yang berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah dimana model yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas akan terpenuhi apabila sampel yang digunakan lebih dari 30, untuk mengetahui normalitas distribusi data dapat dilakukan dengan

menggunakan analisis statistik, yaitu *Kolmogrov-Smirnov test* dengan kriteria pengujian α 0,05 sebagai berikut:

- 1) Jika $sig \geq \alpha$ berarti data sampel yang diambil terdistribusi normal
- 2) Jika $sig \leq \alpha$ berarti data sampel yang diambil tidak terdistribusi normal

a. Uji Linieritas

Linieritas adalah keadaan dimana hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen bersifat linier (garis lurus) dengan range variabel independen tertentu. Dalam uji linieritas dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:

Membandingkan $F_{reg\ hitung}$ dan $F_{reg\ table}$. Pada dasarnya uji linieritas ini merupakan pengujian terhadap rumusan hipotesis nully (H_0) seperti:

H_0 = Korelasi arah regresi tidak berarti melawan korelasi regresi berarti.

H_0 = Regresi linier melawan regresi tidak linier.

Untuk menentukan apakah masing-masing variabel bebas sebagai predictor mempunyai hubungan linieritas atau tidak dengan variabel terikat. Uji ini sebagai syarat untuk menentukan model analisa regresi linier. Apakah model linier atau nonlinier (parabola kuadrat, parabola kubik, eksponen, geometric, Gompertz, logistik dan hiperbola). Pada taraf signifikansi 5 % dengan $db = 1$ lawan $N-K-1$, dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{reg} = \frac{R_{ku}}{R_{krku}}$$

Keterangan:

F_{reg} = Nilai F untuk garis regresi

R_{ku} = Rerata jumlah kuadrat keuntungan

R_{krku} = Rerata kuadrat residu

Dengan membandingkan rerata jumlah kuadrat keuntungan dengan rerata kuadrat residu. Bila hasil perbandingan menunjukkan bahwa harga F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} ($F_{hitung} < F_{tabel}$) adalah korelasinya linier dan sebaliknya jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($F_{hitung} > F_{tabel}$) adalah korelasinya tidak linier. Dimana F_{hitung} adalah nilai diperoleh dari perhitungan, dan F_{tabel} adalah nilai F yang diperoleh dari tabel.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas yakni seragam tidaknya variansi sampelsampel yang diambil dari populasi yang sama. Keseragaman sampelsampel ini antara lain dibuktikan dengan adanya keseragaman variansi kelompok-kelompok yang membentuk sampel tersebut. Jika ternyata tidak terdapat perbedaan variansi diantara kelompok sampel, dan ini mengandung arti bahwa kelompok-kelompok sampel tersebut berasal dari populasi yang sama. Uji homogenitas data pada prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup (data kategori) mempunyai varians yang sama maka dikatakan homogenitas sebaliknya jika varians tidak sama berarti heteroskedasitas. Dapat dikatakan homogenitas jika probabilitas $> 0,05$ tetapi jika probabilitas $< 0,05$ maka heteroskedasitas.

1. Model Analisis

Uji hipotesis melalui analisis regresi sederhana berikut digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dan ditujukan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas atau variable independen.

Persamaan regresi sederhana:

$$Y = a + bX + e$$

Uji Parsial (Uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas secara

parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat melalui uji regresi dengan menggunakan SPSS yaitu apabila p-value (sig) lebih kecil dari nilai signifikan yang ditentukan yaitu 0,05 (5%) maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Selain itu pengujian uji t juga dapat dilihat melalui ketentuan berikut ini:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen.

a. R^2 Determinasi

Nilai *Adjusted R²* ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. Bila nilai koefisien determinan sama dengan 0 (*Adjusted R²* = 0), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila *Adjusted R²* = 1, artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain bila *Adjusted R²* = 1, maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi. (Ghozali, 2011).

III. Hasil Dan Pembahasan

Kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka konsumen akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan.

Kepuasan konsumen/pelanggan merupakan tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Konsumen bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau sangat gembira. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro merupakan salah satu badan usaha yang sangat memperhatikan kepuasan konsumen, karena Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro merupakan salah satu badan usaha yang menjual jasa bagi konsumen. Salah satu faktor untuk tetap menjaga kepuasan konsumen dan pelanggan salah satunya adalah dengan meningkatkan atau menjaga kualitas layanan yang diberikan.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, kualitas jasa pelayanan merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen. Berdasarkan hasil tersebut diartikan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro, jika kualitas layanan yang diberikan sudah cukup baik, bisa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini kualitas layanan yang diteliti didasarkan pada beberapa faktor yaitu faktor bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Bukti fisik langsung dalam kualitas layanan merupakan bentuk aktualisasi nyata

secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan. Hasil berdasarkan penelitian pada faktor bukti langsung diartikan bahwa Di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro sudah mempunyai fasilitas dan kelengkapan sarana dan prasarana yang memadai dan sesuai dengan kebutuhan konsumen yang dibutuhkan. Dengan adanya fasilitas dan sarana prasarana yang memadai maka konsumen menjadi terpuaskan karena yang diharapkan dalam pelayanan dapat tercapai dengan baik.

Keandalan dapat diartikan memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat. Hasil berdasarkan faktor keandalan di atas diartikan Di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro mempunyai manajemen waktu, jasa yang cukup baik dalam hal manajemen waktu yang baik seperti; buka tepat waktu, lokasi yang strategis dan tenaga pengajar yang lulusan S1. Akan tetapi hal yang masih membuat konsumen mempunyai persepsi kurang puas dikarenakan biaya yang diberikan terlalu mahal dengan layanan yang diberikan.

Daya tangggap diartikan merupakan penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif. Berdasarkan faktor daya tangggap diartikan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro bahwa karyawan bekerja dengan tanggap, melayani, dengan ramah, sopan dan tidak megecewakan. Para karyawan dipilih dan diajarkan untuk memberikan pelayanan yang baik, jika karyawan bersikap sopan, ramah maka para konsumen pasti akan merasa senang dan puas dalam menerima pelayanan dari Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro. Meskipun demikian kadang beberapa karyawan kurang maksimal dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, hal tersebut dibuktikan dengan beberapa konsumen merasa kurang puas dengan sikap yang diberikan oleh pegawai. Jaminan merupakan Bentuk kepastian dari suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan. Hasil berdasarkan faktor jaminan diartikan Di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro memberikan keselamatan dan keamanan bagi pelanggan, baik dari tempat parkir, fasilitas yang aman dan nyaman bagi pelanggan, tempat yang bersih dan strategis. Hal tersebut menjadi nilai yang baik bagi sebuah LKP, dikarenakan pelanggan akan merasa nyaman dan puas jika tempat yang dituju mudah, aman dan nyaman.

Empati dalam penelitian ini diartikan aktivitas pelayanan yang memerlukan pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan. Hasil Berdasarkan empati diartikan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro memberikan perhatian yang baik terhadap pelanggan atau konsumen. Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course menerima segala kritik dan saran dari pelanggan dan konsumen, saran yang membangun akan dijadikan sebagai perbaikan untuk kemajuan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan yaitu berdasarkan hasil penelitian diketahui analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut: Bagi pengelola di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro agar lebih ditingkatkan pelayanannya dan memperhatikan faktor yang dapat mempengaruhi kualitas layanan sehingga dapat berdampak pada kepuasan konsumen di Lembaga Kursus dan Pelatihan Via Course Kota Metro.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku :

- Ali Maksum. (2012). *Metodologi penelitian dalam olahraga*. Surabaya: Unesa University Press.
- Atep Adya Barata. (2013). *Dasar-dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Basu Swasta. (2013). *Pengantar Bisnis Modern. Cetakan ketiga*. Liberty: Yogyakarta.
- Basu Swasta. (2014). *Azas-azas Manajemen Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Danang Sunyoto. (2013). *Teori Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Depdikbud. (2010). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Depdikbud. (2016). *Kamus Pelajar*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Edisi V. Yogyakarta. Penerbit ANDI.
- Gary Amstrong, Philip Kotler. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. (penerjemah Alexander Sindoro dan Benjamin Molah). Jakarta: Prehalindo.
- Gaspersz, Vincent. (2012). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia.
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. (2016). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. (Damos Sihombing, Dan Yati Sumiharti. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- J. supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pasar*. Cet.2. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Kotler dan Amstrong. (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Damos Sihombing dan Wisnu Chandra K. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, K.L (2019) *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. (Bob sabran. Terjemahan). Jakarta: Erlangga.
- M. Nur Nasution. (2014). *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Samuelson Paul A (2012). *Makro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga. 42

Jurnal Manajemen Diversifikasi

Vol. 1. No. 4 (2021)

- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Suharsimi, Arikunto. (2012). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sukandarrumidi. (2016). *Metodologi penelitian prtunjuk praktis untuk peneliti pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Susan M. Gage. (2016). *Strategi Pelayanan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Sutrisno Hadi. (2011). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM.
- Toni Wijaya.(2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta. PT Indeks.
- Wisnu Chandra Krisiaji.(2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Zulian Yamit. (2010) . *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Cet. 5. Yogyakarta : Ekonisia.

Sumber Terjemahan :

- Parasuraman A Valerie. (2011). *Delivering Quality Service*. (diterjemahkan oleh sutanto). New York. The free press.
- Stemvelt Robert C. (2014). *Reception Of Servis Quality*. (di terjemahkan oleh Purwoko). Allyn and bacon. Massachusetts.
- Yong C.Z, Yun y.w Loh L. (2013). *The Quest Of Global Quality*. (diterjemahkan oleh Sutanto). Jakarta: Pustaka Delapratasa.

Sumber Internet :

- Nurhasyimad. (2010). Bab 2 Tjauan Pustaka 2.1 Pengertian Pelayanan.<http://www.damandiri.or.id/file/nurhasyimadunairbab2.pdf>.