

Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area

Sri Hadiati, Sarwi Ruci

Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen – Universitas Gajayana Malang

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengidentifikasi kinerja mutu jasa pada kepuasan pelanggan di Telkomsel Wilayah Malang. Contoh dipilih dengan menggunakan *Metode Simple Random Sampling*. Jumlah populasi 1125 pelanggan, sedangkan contohnya terdiri dari 113 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. Oleh sebab itu, Grha Pari Sraya, Malang harus menyempurnakan mutu jasa perihal ketepatan waktu pelayanan.

Kata kunci : signifikansi jasa, kepuasan pelanggan, mutu layanan perusahaan, ketepatan waktu layanan.

ABSTRACT

This research is to indentify the performance of service quality on customer satisfaction at Telkomsel Malang Area. The sample was choosen by using Simple Random Sampling Method. The population covers 1,125 customers, while the samples consist of 113 customers. The collected data were analyzed by using Cartesius Diagram. This diagram can be used to identity the service significance and customer satisfaction level on service quality of a company. The result of research shows that: customer service attitude (the first component) with ordinate (3.9115, 4.2124), the response towards customer complaint (the second component) with ordinate (3.7788, 4.2301) and additional facility (the fourth component) with ordinate (4.1062, 4.2389) are located at Quadrant I. It means that they are satisfying and considered important for the customers. Payment service (the fifth component) with ordinate (3.5664, 4.1062) is located at Quadrant III. It means that it is less satisfying and considered important to the customers. Ideally, the service time promptness should be shifted to Quadrant I, so that it can satisfy the customers. Hence, Grha Pari Sraya, Malang has to improve its service quality in terms of promptness time service.

Keywords : service significance, customer satisfaction, service quality of a company, promptness time service.

PENDAHULUAN

Fungsi, kualitas dan benefits dari suatu produk merupakan fokus perhatian konsumen. Kebutuhan konsumen yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisian 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 kemampuan 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 yang masih muda, 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 Telkomsel Malang Area. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang memadai, maka diberikan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian dikhususkan pada kinerja dari kualitas pelayanan (*service*) yang diberikan oleh Telkomsel Malang Area. Pad pelanggan.
2. Penelitian dilakukan terhadap pelanggan dari Telkomsel Malang Area.

METODE PENELITIAN

1. Penentuan Perusahaan

Penelitian dilakukan di perusahaan jasa Telkomsel Malang Area, dengan pertimbangan sebagai berikut:

- Perusahaan ini bergerak di bidang jasa telepon selular yang diminati oleh masyarakat.
- Perusahaan ini mempunyai misi “Terdepan dalam mutu dan pelayanan”. Hal ini merupakan dasar untuk mengetahui kinerja kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
- 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 113 orang yang merupakan 10% dari populasi (pelanggan Telkomsel Malang Area) pada bulan Juli 1998. 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.
 - 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)
- 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)
 - Jasa pembayaran: jasa yang diberikan berkaitan dengan pentarifan dan penggunaan pulsa yang dilakukan oleh pelanggan, diukur menggunakan satuan unit uang.
 - 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).
 - 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 perusahaan, yang diukur dengan menggunakan skor (sangat puas = 5, puas = 4, cukup puas = 3, kurang puas = 2, tidak puas = 1).

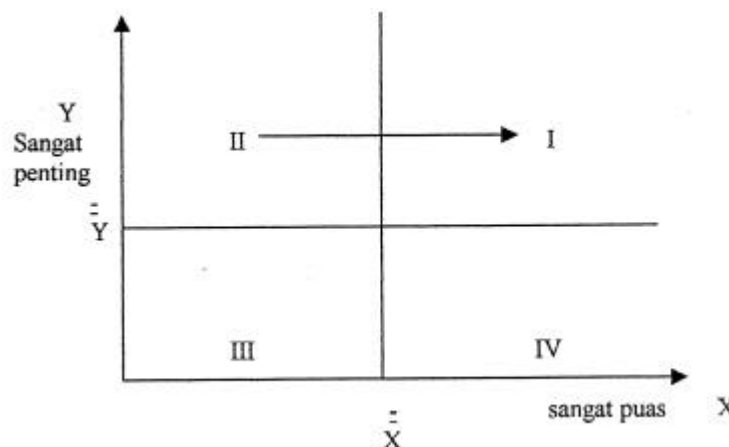
1. Hipotesis dan Metode Analisis

a. Hipotesis

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

b. Metode Analisis

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, digunakan Diagram Cartesius, yang dapat mengetahui tingkat kepentingan pelayanan menurut konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap 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:

$$\text{Rata-rata } (\bar{X} \text{ atau } \bar{Y}) = \frac{(\text{Jumlah nilai jawaban masing-masing komponen})}{N}, \text{ dimana :}$$

N = jumlah responden

$$\text{Rata-rata kedua } (\bar{\bar{X}} \text{ atau } \bar{\bar{Y}}) = \frac{(\text{Jumlah nilai rata-rata})}{N}, \text{ dimana :}$$

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 pelayanan 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) Grha Pari Sraya Malang yang diberikan kepada pelanggan

Kualitas pelayanan yang diberikan Grha Pari Sraya 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 Grha Pari Sraya Malang 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 debit, 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.

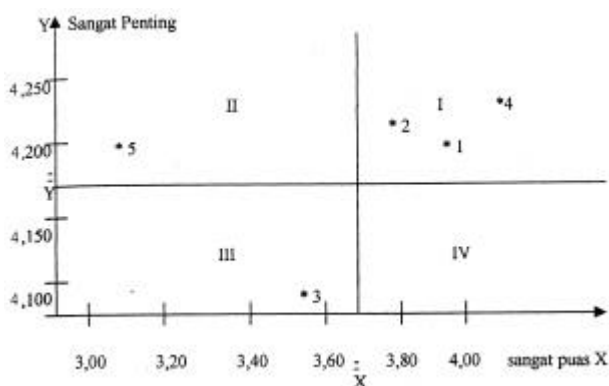
2. Analisis kinerja Kualitas Pelayanan dan kepuasan pelanggan

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

Tabel 1. Rata-rata Hasil Kuesioner Kualitas Pelayanan Grha Pari Sraya Malang

No.	Komponen	\bar{X}	\bar{Y}
1.	Sikap Customer Service	3,9115	4,2124
2.	Tanggapan terhadap Keluhan elanggan	3,7788	4,2301
3.	Jasa Pembayaran	3,5664	4,1062
4.	Fasilitas Tambahan	4,1062	4,2389
5.	Ketepatan Waktu Pelayanan	3,0177	4,2035
Rata-rata		$\bar{X} = 3,6761$	$\bar{Y} = 4,1982$

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), yang 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 Grha Pari Sraya Malang 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 Grha Pari Sraya 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, Grha Pari Sraya Malang perlu melakukan tindakan peningkatan kualitas pelayanan dalam hal ketepatan waktu, antara lain dengan:

- Melakukan survei kepada pembeli kartu HALO. Grha Pari Sraya Malang memvalidasi (disurvei kebenaran dari data pelanggan) dan mengaktifkan kartu halo dari pembelinya, setelah pembeli kartu HALO memenuhi persyaratan berlangganan dan mengajukannya pada Grha Pari Sraya Malang. Proses validasi dan aktivasi ini dinilai lamban oleh pelanggan, karena yang menjadi kendala proses aktivasi dan validasi ini, bukan hanya Grha Pari Sraya, tetapi juga pelanggan dan dealer, maka perlu adanya koordinasi antara Grha Pari Sraya dan dealer, serta perlunya kesadaran pelanggan untuk memenuhi persyaratan dengan lengkap. Proses membuka pemblokiran.
- Proses dalam membuka pemblokiran dinilai lamban oleh pelanggan. Hal ini hendaknya mendapatkan perhatian yang intensif, dan Grha Pari Sraya Malang 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 Grha Pari Sraya Malang. 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 Grha Pari Sraya Malang, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan Telkomsel, diproyeksikan dalam 5 komponen, yaitu; sikap *Customer Service*, tanggapan Grha Pari Sraya Malang dalam menghadapi keluhan pelanggan, jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu pelayanan.
2. Setelah dilakukan pengukuran, penilaian dan analisis secara kuantitatif dengan menggunakan Diagram Cartesius maka menunjukkan bahwa:
 - Pelanggan merasa puas dan menganggap penting atas sikap *Customer Service* dalam memberikan informasi secara jelas dan simpati serta bersikap ramah.
 - Fasilitas tambahan dari kartu HALO memudahkan pelanggan. Hal ini merupakan kelebihan yang dirasakan manfaatnya oleh pelanggan dibandingkan produk lain.
 - Grha Pari Sraya Malang tanggap terhadap keluhan pelanggan dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pelanggan dengan cepat. Hal ini memuaskan dan dianggap penting oleh pelanggan.
 - Jasa pembayaran kurang memuaskan bagi pelanggan. Hal ini dikarenakan keanekaragaman yang sebenarnya memudahkan pelanggan, kurang dipahami pelanggan. Pelanggan cenderung menginginkan pembayaran langsung ke Grha Pari Sraya, karena lebih mudah dan cepat diketahui jika pembayaran terlambat.
 - Ketepatan waktupelayanan dan pembukaan pemblokiran kurang cepat dan kurang memuaskan, ini sering kali disebabkan karena terhalang hari libur dan hal ini bukan hanya kesalahan Grha Pari Sraya dan dealer tetapi terkadang juga disebabkan oleh pelanggan sendiri.

2. Saran

Saran-saran yang dapat diberikan kepada Grha Pari Sraya Malang sebagai berikut:

1. Grha Pari Sraya Malang hendaknya mempertahankan kualitas pelayanan yang dianggap penting dan sudah memuaskan pelanggan, sehingga pelanggan akan dapat menjadi pelanggan yang loyal dan dapat digunakan sebagai tenaga promosi gratis kepada calon pelanggan.
 - Kualitas pelayanan yang belum memuaskan pelanggan adalah jasa pembayaran dan ketepatan waktu. Oleh karena itu, Grha Pari Sraya Malang 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 pemblokiran bagi pelanggan yang telah membayar dan proses pembukaan pemblokiran dapat dilakukan 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 Grha Pari Sraya dengan menyerahkan persyaratan secara lengkap dan secepatnya memberitahu kalau sudah membayar tagihan yang tertunda.

2. Saran kepada peneliti yang lain, diharapkan untuk meneruskan penelitian ini. Penelitian ini belum dapat menghasilkan komponen yang posisinya ideal, dimana komponen yang dianggap penting oleh pelanggan dapat terpenuhi. Dengan adanya kelanjutan penelitian ini diharapkan 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.
- Supranto, J. 1997, Mei. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan termasuk Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja*. Usahawan. Hlm. 26.
- Tjiptono, F. 1997. *Total Quality Service*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi Offset.