

**PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN  
MENGUNAKAN METODE SERVQUAL  
(STUDI KASUS DI CV.RAPIH UTAMA JOK PALEMBANG)**

**<sup>1</sup>Ricky Dermawan Susanto, <sup>2</sup>Theresia Sunami**

<sup>1,2</sup>*Universitas Katolik Musi Charitas, Palembang, Sumatera Selatan*  
*kidee98@gmail.com*  
*nani\_ys@yahoo.com*

**Abstrak**

Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, karena untuk memahami harapan dari pelanggan yaitu keamanan, kenyamanan, kecepatan, ketepatan waktu, kemudahan, dan tanggung jawab perusahaan dalam menangani setiap pelayanan. CV. Rapih Utama Jok Palembang sebagai salah satu penyedia jasa terus berupaya untuk meningkatkan pelayanannya sehingga dapat memberikan pelayanan prima (*excellent service*).

Penelitian ini menggunakan metode *ServQual*, dimana metode ini mengidentifikasi lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan ketidakpuasan pelaksanaan pelayanan. Berdasarkan hasil pengolahan metode *ServQual*, didapat beberapa atribut yang mengalami lebih dari 1 kesenjangan (*gap*).

Selanjutnya dilakukan beberapa implementasi usulan perbaikan seperti: penambahan fasilitas tempat duduk, pengadaan air untuk konsumen, pengadaan tissue, pembuatan tata cara melayani konsumen, dan pembuatan aturan dalam melayani konsumen. Terjadi penurunan *gap* setelah dilakukan implementasi perbaikan. Rata-rata penurunan *gap* sebesar 0,355 dengan rata-rata persentase penurunan sebesar 5,882%.

**Kata kunci: Kualitas Jasa, Kesenjangan, Pelayanan Prima.**

**Abstract**

*Good service quality is very important in creating customer satisfaction because to understand the expectations of customers, namely security, comfort, speed, timeliness, convenience, and corporate responsibility in handling each service. CV. Rapih Utama Jok Palembang as one of the service providers continues to strive to improve its services so that it can provide excellent service (excellent service).*

*This study uses the ServQual method, where this method identifies five gaps (gaps) that cause dissatisfaction with the implementation of services. Based on the results of processing the ServQual method, obtained several attributes that experience more than 1 gap.*

*Furthermore, several implementations of proposed improvements such as: adding seating facilities, procuring water for consumers, procuring tissue, making procedures for serving consumers, and making rules for serving consumers. There is a gap decrease after implementation of the improvement. The average decrease in gap is 0.355 with an average decrease in percentage of 5.882%.*

**Keywords: Service Quality, Gap, Excellent Service.**

## **I. PENDAHULUAN**

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Hal ini mengakibatkan kondisi persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksi, sehingga perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas demi tercapainya kepuasan pelanggan. Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan karena untuk memahami harapan dari pelanggan yaitu keamanan, kenyamanan, kecepatan, ketepatan waktu, kemudahan, dan tanggung jawab perusahaan dalam menangani setiap pelayanan.

CV. Rapih Utama Jok Palembang sebagai salah satu penyedia jasa terus berupaya untuk meningkatkan pelayanannya sehingga dapat memberikan pelayanan prima (*excellent service*). Pelayanan prima adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas.

Berdasarkan data dari CV. Rapih Utama Jok Palembang, untuk saat ini belum ada pengukuran tingkat harapan dan kepuasan pelanggan secara terinci. Hasil survei langsung dan wawancara terhadap pekerja di CV. Rapih Utama Jok Palembang, terdapat 30% dari 10 pelanggan mengeluh kepanasan karena ruang tunggu yang tidak dilengkapi oleh pendingin ruangan. Selain itu, untuk ketersediaan fasilitas pendukung masih terdapat beberapa kekurangan seperti ketersediaan tempat duduk yang terbatas, ketersediaan tissue, ketersediaan air minum untuk konsumen, dan lain-lain. Hal ini tentu saja dapat mempengaruhi kualitas layanan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode *ServQual* untuk mengetahui kesenjangan (*gap*) antara pihak manajemen dengan konsumen. Metode *ServQual* ini mengidentifikasi lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan ketidakpuasan pelaksanaan pelayanan. Dimensi dari lima kesenjangan tersebut adalah *tangibles* (sarana/prasarana), *reliability* (keterhandalan), *responsiveness* (kepekaan/daya tanggap), *assurance* (keterjaminan), dan *emphaty* (empati).

Dengan adanya penelitian ini, dapat diketahui kepuasan konsumen terhadap perusahaan baik dari segi persepsi maupun harapan konsumen saat ini. Selain itu juga dapat menunjukkan atribut yang perlu mendapatkan perbaikan kualitas layanan dan penerapan perbaikan kualitas layanan pada CV. Rapih Utama Jok Palembang.

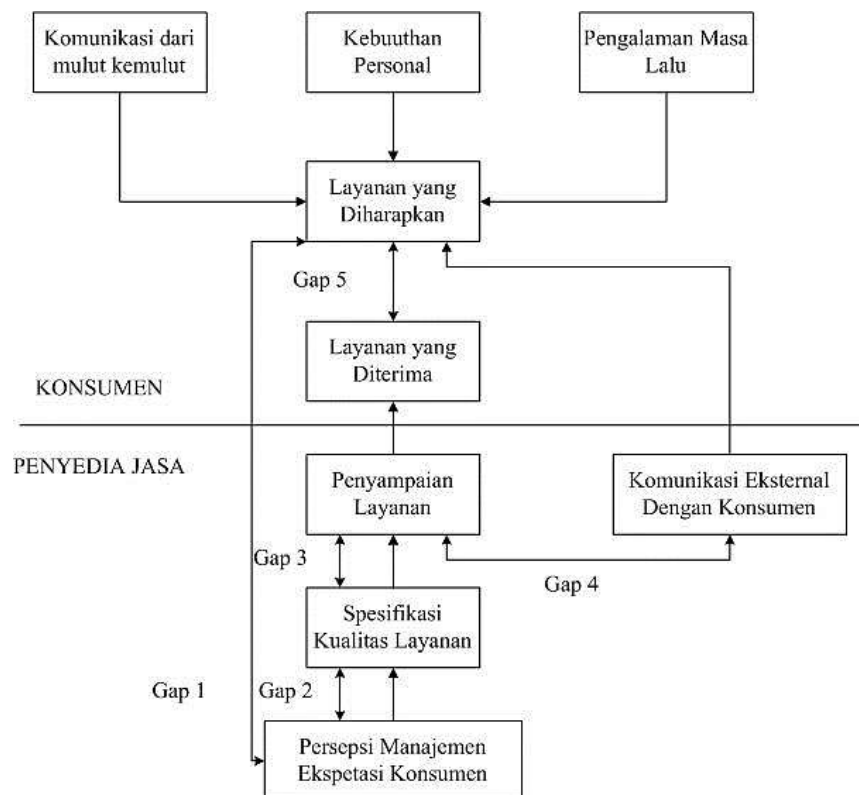
## II. TELAHAH PUSTAKA

Menurut Hidayat (2005), Formulasi model *ServQual* dapat menunjukkan sejumlah persyaratan penting dalam melaksanakan pelayanan berkualitas. Model tersebut mengidentifikasi lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan ketidakpuasan pelaksanaan pelayanan. Lima dimensi terpenting dalam proses pelaksanaan pelayanan yang berkualitas adalah sebagai berikut:

- a. *Tangibles* (sarana/prasarana) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- b. *Reliability* (keterhandalan) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- c. *Responsiveness* (kepekaan/daya tanggap) yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- d. *Assurance* (keterjaminan) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
- e. *Emphaty* (empati) yakni meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Pengukuran dengan metode *ServQual* terdiri atas dua bagian yang terdiri atas pertanyaan yang bertujuan untuk mengetahui harapan konsumen akan pelayanan yang diberikan perusahaan. Sedangkan bagian kedua terdiri atas pertanyaan yang

bertujuan untuk mengukur persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diterima oleh konsumen. Selanjutnya penilaian kualitas jasa diukur berdasarkan perhitungan *gap* yang terjadi akibat perbedaan antara harapan dan persepsi kinerja kualitas jasa yang diterima oleh konsumen untuk setiap pertanyaan. Untuk nilai kualitas jasa secara keseluruhan didapat dari perhitungan nilai rata-rata dari kelima dimensi *ServQual*. Jika nilai yang didapat bernilai positif maka berarti perusahaan telah berhasil melebihi harapan konsumen, untuk nilai yang negatif maka kualitas jasa harus diperbaiki. Nilai *ServQual* dapat dihitung dengan rumus: *ServQual Score = Perception Score – Expectation Score* ..... (1)(Baheramsyah, 2012).



**Gambar 2.1** Model Konseptual Kualitas Layanan  
(Sumber: Parasuraman, 1985)

### III. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan konsumen dan pihak manajemen CV. Rapih Utama Jok Palembang.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi faktor-faktor yang akan diteliti. Faktor-faktor yang akan diteliti antara lain: *tangible* (sarana / prasarana), *reliability* (keterhandalan), *responsiveness* (kepekaan / daya tanggap), *emphaty* (empati), serta *assurance* (keterjaminan).

Kemudian dilakukan pengolahan data menggunakan uji validitas dan reliabilitas data, uji beda *mann-whitney u test* untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara pihak manajemen dengan konsumen, serta uji *sign test* untuk

mengetahui apakah terdapat perbedaan antara sebelum dan setelah dilakukan implementasi perbaikan.

#### IV. DATA, HASIL, DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Uji Beda antara Harapan Konsumen dengan Kenyataan Manajemen (Gap 1)

Untuk mengukur gap 1 diperoleh dari mean kenyataan manajemen dikurangi mean harapan konsumen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan analisis mann-whitney u test pada SPSS versi 16.0. Hipotesis untuk analisis ini adalah:

- $H_0$  = Tidak Terdapat perbedaan antara harapan konsumen dan kenyataan manajemen CV. Rapih Utama Jok Palembang.
- $H_1$  = Terdapat perbedaan antara harapan konsumen dan kenyataan manajemen CV. Rapih Utama Jok Palembang.

Jika nilai  $Asym. Sig < 0,05$  maka tolak  $H_0$ . Jika sebaliknya, maka keputusannya adalah terima  $H_0$ . Berikut merupakan hasil uji beda antara harapan konsumen dengan kenyataan manajemen, menggunakan aplikasi SPSS versi 16.0. Hasil uji dapat dilihat pada Tabel 4.1.

**Tabel 4.1** Hasil Uji Beda antara Harapan Konsumen dengan Kenyataan Manajemen

No.	Atribut	Mean kenyataan manajemen	Mean harapan konsumen	Gap 1	Asym. Sig	Keputusan
1	Ketersediaan tempat duduk	4,58	4,73	-0,15	0,348	Terima $H_0$
2	Ketersediaan air minum untuk konsumen	4,25	4,70	-0,45	0,022	Tolak $H_0$
3	Ketersediaan tissue	4,42	4,80	-0,38	0,016	Tolak $H_0$
4	Ruang tunggu dilengkapi pendingin ruangan	4,17	4,57	-0,40	0,020	Tolak $H_0$
5	Tersedianya pembayaran non tunai	4,83	4,80	0,03	0,806	Terima $H_0$
6	Penampilan karyawan yang rapi dan menarik	4,67	4,50	0,17	0,333	Terima $H_0$
7	Waktu pengerjaan cepat dan rapi	4,75	4,60	0,15	0,365	Terima $H_0$
8	Desain jok yang bervariasi	4,75	4,47	0,28	0,100	Terima $H_0$
9	Kesiapan karyawan dalam menyambut konsumen	4,67	4,57	0,10	0,556	Terima $H_0$
10	Pemahaman dan kemampuan karyawan menjelaskan desain dan material	4,67	4,53	0,14	0,436	Terima $H_0$
11	Ketanggapan karyawan terhadap keluhan konsumen	4,58	4,70	-0,12	0,227	Terima $H_0$
12	Kemudahan menjangkau lokasi	4,83	4,50	0,33	0,049	Tolak $H_0$
13	Kesabaran karyawan pada pelanggan	4,67	4,53	0,14	0,436	Terima $H_0$
14	Karyawan mengucapkan selamat datang, terima kasih, dan permohonan maaf (jika perlu)	4,33	4,33	0,00	1,000	Terima $H_0$
15	Rasa aman saat di CV. Rapih Utama Jok Palembang	4,58	4,27	0,31	0,056	Terima $H_0$
16	Karyawan mempunyai cukup pengetahuan mengenai material yang ada	4,75	4,70	0,05	0,749	Terima $H_0$
17	Garansi jahitan pada konsumen	4,92	4,77	0,15	0,269	Terima $H_0$

Berdasarkan hasil uji beda di atas, terdapat 3 atribut layanan yang dikategorikan mengalami *gap* 1 signifikan (nilai *gap* negatif dan tolak  $H_0$ ) pada level alpha 0,05 yang berarti terdapat perbedaan antara harapan konsumen dengan kenyataan manajemen akan ke-3 atribut tersebut. Ketiga atribut tersebut adalah ketersediaan air minum untuk konsumen, ketersediaan tissue, dan ruang tunggu dilengkapi pendingin ruangan.

#### 4.2. Uji Beda antara Kenyataan Manajemen dengan Standar Kerja di CV. Rapih Utama Jok Palembang (*Gap* 2)

*Gap* 2 diperoleh dari standar kerja dikurangi *grand mean* kenyataan manajemen. Untuk memudahkan dalam penentuan jawaban kenyataan manajemen dengan standar kerja di CV. Rapih Utama Jok Palembang, digunakan skala pengukuran. Skala pengukuran ini dibuat dengan skala 1-5

**Tabel 4.2** Hasil Perhitungan Kenyataan Manajemen dan Standar Kerja

Dimensi	Pernyataan	Standar kerja	Standar kerja yang ada	<i>Grand mean</i> kenyataan manajemen	Kenyataan manajemen	<i>Gap</i> 2
<i>Tangible</i>	Standar ketersediaan fasilitas fisik, perlengkapan, dan media komunikasi yang digunakan	3,33	Selalu diberitahu	4,33	Sangat dipahami	-1,00
<i>Reliability</i>	Standar kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat dan memuaskan konsumen	4,08	Beberapa tertulis	4,75	Sangat dipahami	-0,67
<i>Responsiveness</i>	Standar keinginan/ ketersediaan serta kesiapan para karyawan untuk membantu konsumen dengan cepat dan tanggap	3,33	Selalu diberitahu	4,64	Sangat dipahami	-1,31
<i>Emphaty</i>	Standar kepedulian dan perhatian secara individual yang diberikan oleh pihak manajemen kepada konsumen	3,83	Bebearapa tertulis	4,61	Sangat dipahami	-0,78
<i>Assurance</i>	Standar perilaku dan kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman konsumen	4,17	Beberapa tertulis	4,75	Sangat dipahami	-0,58

Berdasarkan hasil perhitungan *gap* 2 di atas, semua atribut layanan memiliki kesenjangan antara kenyataan manajemen dengan standar kerja yang ada. Untuk dimensi *reliability*, *emphaty*, dan *assurance* bernilai negatif, akan tetapi tidak ada perbedaan sehingga selama ini standar kerja yang ada dengan kenyataan manajemen sudah sesuai. Sedangkan untuk dimensi *tangible* dan *responsiveness* selalu diberitahu tetapi belum terdapat dalam SOP (*Standard Operating Procedures*).

### 4.3. Uji Beda antara Standar Kerja dengan Pelaksanaan Standar Kerja di CV. Rapih Utama Jok Palembang (*Gap 3*)

Untuk mengukur *gap 3* diperoleh dari *mean* pelaksanaan standar kerja dikurangi *mean* standar kerja. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *mann-whitney u test* pada SPSS versi 16.0. Hipotesis untuk analisis ini adalah:

- $H_0$  = Tidak terdapat perbedaan antara standar kerjadengan pelaksanaan standar kerja.
- $H_1$  = Terdapat perbedaan antara standar kerja dengan pelaksanaan standar kerja.

Jika nilai Asym. Sig < 0,05 maka tolak  $H_0$ . Jika sebaliknya, maka keputusannya adalah terima  $H_0$ . Berikut ini tabel 4.3 yang merupakan hasil uji bedanya

**Tabel 4.3** Hasil Uji Beda Antara Standar Kerja dengan Pelaksanaan Standar Kerja

Dimensi	Atribut	Mean pelaksanaan standar kerja	Mean standar kerja	Gap 3	Asym. Sig	Keputusan
<i>Tangible</i>	Pelaksanaan standar ketersediaan fasilitas fisik, perlengkapan, dan media komunikasi yang digunakan	4,50	3,33	1,17	0,000	Tolak $H_0$
<i>Reliability</i>	Pelaksanaan standar kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat dan memuaskan konsumen	4,67	4,08	0,59	0,029	Tolak $H_0$
<i>Responsiveness</i>	Pelaksanaan standar keinginan/ketersediaan serta kesiapan para karyawan untuk membantu konsumen dengan cepat dan tanggap	4,67	3,33	1,34	0,000	Tolak $H_0$
<i>Emphaty</i>	Pelaksanaan standar kepedulian dan perhatian secara individual yang diberikan oleh pihak manajemen kepada konsumen	4,58	3,83	0,75	0,012	Tolak $H_0$
<i>Assurance</i>	Pelaksanaan standar perilaku dan kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman konsumen	4,75	4,17	0,58	0,005	Tolak $H_0$

#### 4.4. Uji Beda antara Pelaksanaan Standar Kerja dengan Kemampuan Dalam Menepati Janjinya (*Gap* 4)

Untuk mengukur *gap* 4 diperoleh dari *mean* pelaksanaan standar kerja dikurangi *mean* kemampuan menepati janji. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *mann-whitney u test* pada SPSS versi 16.0. Hipotesis untuk analisis ini adalah:

- $H_0$ =Tidak terdapat perbedaan antara pelaksanaan standar kerja dengan kemampuan CV. Rapih Utama Jok Palembang dalam menepati janjinya.
- $H_1$ =Terdapat perbedaan antara pelaksanaan standar kerjadengan kemampuan CV. Rapih Utama Jok Palembang dalam menepati janjinya.

Jika nilai *Asym. Sig* < 0,05 maka tolak  $H_0$ . Jika sebaliknya, maka keputusannya adalah terima  $H_0$ . Berikut ini tabel 4.4 yang merupakan hasil uji beda antara standar kerja dengan pelaksanaan standar kerja CV. Rapih Utama Jok Palembang

**Tabel 4.4** Hasil Uji Beda antara Pelaksanaan Standar Kerja dengan Kemampuan Dalam Menepati Janjinya

Dimensi	Atribut	Mean pelaksanaan standar kerja	Mean kemampuan menepati janji	Gap 4	Asym. Sig	Keputusan
Tangible	Ketepatan janji ketersediaan fasilitas fisik, perlengkapan, dan media	4,50	4,07	0,43	0,020	Tolak $H_0$
	komunikasi yang digunakan					
Reliability	Ketepatan janji kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat dan memuaskan konsumen	4,67	4,53	0,14	0,436	Terima $H_0$
	Ketepatan janji menyediakan karyawan untuk membantu konsumen dengan cepat dan tanggap	4,67	4,50	0,17	0,333	Terima $H_0$
Emphaty	Ketepatan janji kepedulian dan perhatian secara individual yang diberikan oleh pihak manajemen kepada konsumen	4,58	4,57	0,01	0,922	Terima $H_0$
	Ketepatan janji perilaku dan kemampuan untuk menumbuhkan kepercayaan dan rasa aman konsumen	4,75	4,80	-0,05	0,724	Terima $H_0$

#### 4.5. Uji Beda antara Persepsi Konsumen dengan Harapan Konsumen (Gap 5)

Gap 5 terjadi dikarenakan adanya kesenjangan antara kenyataan konsumen dengan harapan konsumen CV. Rapih Utama Jok Palembang. Kemungkinan terjadinya gap 5 ini karena kualitas layanan yang diterima konsumen tidak sesuai dengan harapannya. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan analisis *mann-whitney u test* pada SPSS versi 16.0. Hipotesis untuk analisis ini adalah:

a.  $H_0$  = Tidak terdapat perbedaan antara persepsi konsumen dan harapan konsumen.

b.  $H_1$  = Terdapat perbedaan antara persepsi konsumen dan harapan konsumen.

Jika nilai Asym. Sig < 0,05 maka tolak  $H_0$ . Jika sebaliknya, maka keputusannya adalah terima  $H_0$ . Berikut ini tabel 24 yang merupakan hasil uji beda *mean* antara persepsi konsumen dan harapan konsumen.

**Tabel 4.5**Perhitungan *Gap Score Mean* Persepsi Konsumen dengan *Mean* Harapan Konsumen

No.	Dimensi	Atribut	Gap 1	Gap 2	Gap 3	Gap 4	Gap 5
1	Tangible	Ketersediaan tempat duduk	X				√
2		Ketersediaan air minum untuk konsumen	√	√	X	X	√
3		Ketersediaan tissue	√				√
4		Ruang tunggu dilengkapi pendingin ruangan	√				√
5		Tersedianya pembayaran non tunai	X				X
6	Reliability	Penampilan karyawan yang rapi dan menarik	X	√	X	X	√
7		Waktu pengerjaan cepat dan rapi	X				X
8		Desain jok yang bervariasi	X				X
9	Responsiveness	Kesiapan karyawan dalam menyambut konsumen	X				√
10		Pemahaman dan kemampuan karyawan menjelaskan desain dan material	X	√	X	X	√
11		Ketanggapan karyawan terhadap keluhan konsumen	X				√
12		Kemudahan menjangkau lokasi	X				√
13		Kesabaran karyawan pada pelanggan	X				√
14	Emphaty	Karyawan mengucapkan selamat datang, terima kasih, dan permohonan maaf (jika perlu)	X	√	X	X	√
15		Rasa aman saat di CV. Rapih Utama Jok Palembang	X				X
16	Assurance	Karyawan mempunyai cukup pengetahuan mengenai material yang ada	X	√	X	X	X
17		Garansi jahitan pada konsumen	X				X

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan di CV. Rapih Utama Jok Palembang dapat disimpulkan:

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan CV. Rapih Utama Jok saat ini belum maksimal. Hal ini dibuktikan dengan rata-rata *gap score* pada gap 5 bernilai negatif lebih dari -0,5, sehingga perlu adanya perbaikan kualitas layanan pada CV. Rapih Utama Jok Palembang.
2. Upaya – upaya yang bisa direkomendasikan untuk perbaikan kualitas layanan ada 5 buah usulan perbaikan dari hasil perhitungan keseluruhan *gap*. Implementasi usulan perbaikan yang dilakukan adalah penambahan fasilitas tempat duduk, pengadaan air minum untuk konsumen, pengadaan tissue,



pembuatan tata cara melayani konsumen, dan pembuatan aturan dalam melayani konsumen.

3. Peningkatan kualitas layanan dengan metode *ServQual* telah dilakukan dengan menerapkan implementasi usulan perbaikan yang telah disepakati dengan pihak manajemen. Selain itu juga dibuktikan dengan perbandingan *gap score* sebelum dan setelah implementasi usulan perbaikan yang nilai negatifnya menjadi lebih kecil dari sebelumnya. Rata-rata *gap score* sebelum implementasi adalah -0,663, rata-rata *gap score* setelah implementasi adalah -0,308, dan rata-rata penurunan *gap score* sebelum dan setelah implementasi adalah 5,882%. Hal ini menunjukkan terdapat peningkatan kualitas pelayanan pada CV. Rapih Utama Jok Palembang.

## **5.2. Saran**

1. Perbaikan kualitas layanan pada CV. Rapih Utama Jok Palembang dapat terus dilakukan untuk meningkatkan kualitas layanan. Selain itu CV. Rapih Utama Jok Palembang harus lebih mendengarkan/ mempertimbangkan saran dari konsumen demi kemajuan CV. Rapih Utama Jok Palembang.
2. Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah mengkombinasikan metode *ServQual* dengan metode lain. Metode lain yang dapat digunakan misalnya *Importance and Performance Matrix* dimana metode ini menganalisis strategi peningkatan kepuasan pelanggan, sehingga dapat memonitor akibat dari kualitas layanan jasa yang diberikan dan mengetahui apakah harapan dari pelanggan sudah berubah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Baheramsyah. (2012)**, “*Identifikasi dan Evaluasi Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) XYZ*” Skripsi. Universitas Indonesia. Depok.
- Hidayat, M.T. (2005)**, “*Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Jasa Pelayanan Bengkel Astra dengan Metode ServQual dan Fishbone Diagram*”, Skripsi. Sekolah Tinggi Teknik Musi. Palembang.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry. (1985)**, “*A Conpetual Model of Service Quality and its Implications For Future Research*”, *Journal of Marketing*, Vol. 49, Fall, PP. 41-58.