

Hubungan antara Kualitas Pelayanan Prima dengan Citra Positif Pt Taspen (Bandung)

¹Dwi Pinta Larassaty P, ²Nani Sunarsih

^{1,2}*Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

e-mail: ¹dwipinta.dp@gmail.com, ²nani.sunarsih@yahoo.com

Abstrak. Sebuah pelayanan dapat meningkatkan citra perusahaan bila memiliki kualitas pelayanan yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan prima dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode korelasional untuk mengetahui hubungan diantara dua variabel, yakni Kualitas Pelayanan Prima (X) dan Citra Positif PT Taspen (Persero) (Y). Populasi dalam penelitian ini sebanyak 500 peserta dengan sampel 83 responden. *Probability sampling* dengan jenis sampling random sederhana dipilih untuk teknik penarikan sampel. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, angket, dan studi kepustakaan. Teknik analisa menggunakan analisis korelasional dan uji hipotesis dengan rumus koefisiensi korelasi *Rank Spearman* dengan $\alpha=0.005$. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan secara menyeluruh bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan prima dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Pelayanan Prima, Citra Positif

Abstract. A service is able to increase a company image when it has a good quality. This study aims to find out the relationship between the excellent service quality and the positive image of PT. TASPEN, the main branch office of Bandung. This study is a qualitative study using a correlative method to determine the relationship between two variables, namely excellent service quality (X) and the positive image of PT. TASPEN (Y). The population used in this study is 500 participants with 83 samples as the respondents. Probability sampling in form of simple random sampling is chosen to collect the samples. The data collecting is conducted by doing observation, distributing questionnaires, and doing literature reviews. The Analysis technique uses correlation analysis and hypothesis testing with Spearman Rank's correlation coefficient formula with $\alpha = 0.005$. The result shows that there is a significant relation between the excellent service quality and the positive image of PT. TASPEN, the main branch office of Bandung.

Keywords: Service quality, excellent service, positive image.

A. Pendahuluan

Melihat perkembangan bisnis dan perekonomian yang semakin melejit pesat, menjadikan persaingan pelayanan terhadap konsumen kini semakin ketat, sehingga tiap-tiap perusahaan menuntut para karyawannya untuk dapat memberikan pelayanan prima pada konsumen. Hal ini dilakukan guna memperoleh loyalitas dan kepercayaan konsumen.

Di dalam sebuah perusahaan, kualitas pelayanan sangat berhubungan erat dengan harapan konsumen guna mencapai kepuasannya. Sebuah pelayanan yang memiliki kualitas yang baik, dapat turut meningkatkan citra perusahaan yang bersangkutan melalui pemenuhan atau pencapaian kepuasan konsumen tersebut.

Melihat konsep penelitian diatas, maka diterapkan pada obyek penelitian penulis, yaitu mengenai kualitas pelayanan prima pada PT Dana Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri Perusahaan atau yang biasa dikenal sebagai PT Taspen (Persero) yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ditugaskan oleh pemerintah untuk menyelenggarakan program asuransi sosial Pegawai Negeri Sipil (PNS). Dewasa

ini PT Taspen (Persero) pusatpun telah membuat suatu strategi peningkatan pelayanan, yakni melalui program *Delighted Costumer Service* (DCS). Dengan beberapa program dan peraturan yang telah dibuat, seharusnya saat ini PT Taspen sudah dapat memberikan kenyamanan dalam pelayanan dan fasilitas (*service excellent*) sehingga menjadi efektif sehingga dapat berimplikasi baik kepada citra PT Taspen (Persero) KCU Bandung itu sendiri.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari kajian ini. Perusahaan dapat mengetahui secara pasti sikap publik terhadap organisasi maupun terhadap produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Selain itu, dari penelitian citra ini perusahaan juga dapat mengetahui apa-apa yang disukai dan tidak disukai publik tentang perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat bagi kebijaksanaan perusahaan selanjutnya.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalahnya adalah “Adakah hubungan antara kualitas pelayanan prima dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung?”. Selanjutnya, pertanyaan besar dalam rumusan masalah ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan prima dari aspek kehandalan dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung ?
2. Apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan prima dari aspek daya tanggap dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung?
3. Apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan prima dari aspek jaminan dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung?
4. Apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan prima dari aspek empati dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung?
5. Apakah ada hubungan antara kualitas pelayanan prima dari aspek bukti fisik dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung?

C. Kajian Pustaka

Penelitian ini bertitik tolak dari teori behaviorisme menurut Thorndike yang mengatakan belajar adalah suatu proses hubungan mental dengan fisik, dan mental dengan mental, atau fisik dengan fisik (Bigge, 1982:52-53). Dengan kata lain belajar adalah proses interaksi antara stimulus dan respon (S-R). Stimulus adalah apa yang merangsang terjadinya kegiatan belajar seperti pikiran, perasaan, atau hal-hal lain yang dapat ditangkap melalui alat indera. Sedangkan respon adalah reaksi yang dimunculkan peserta didik ketika belajar, yang dapat pula berupa pikiran, perasaan, atau gerakan/tindakan.

Sebagai pengembangan dari teori behaviorisme menurut Thorndike, dalam penelitian ini *Contrast theory* digunakan sebagai *middle theory* yang menjelaskan fenomena kepuasan pelanggan dari perspektif psikologi. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Muzafer Sherif, Daniel Taub, dan Carl I. Hovland (1957) yang menyajikan pandangan dari proses evaluasi konsumen pasca penggunaan suatu produk atau jasa yang menyebabkan hasil prediksi berlawanan dengan kinerja terhadap kepuasan (dalam Tjiptono, 2008:170). Menurut Tjiptono (2008:170), *contrast theory* ini memperbesar perbedaan antara ekspektasi dan kinerja produk/ jasa. Artinya, bila kinerja melampaui ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas. Namun jika kinerja

produk dibawah ekspektasi, maka konsumen akan sangat tidak puas. Hal ini menyiratkan bahwa konsumen sangat sensitive terhadap ekpektasi yang tidak terpenuhi dan bisa bereaksi secara berlebihan.

Usaha untuk mewujudkan pelayanan prima pun memerlukan pemahaman komprehensif menyangkut kualitas layanan. Pada tahun 1988, tiga pakar pelayanan yakni A. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengemukakan lima dimensi pokok penting pelayanan prima (dalam Tjiptono, 2008:198). Kelima dimensi pelayanan inilah yang kemudian dijadikan *apply theory* dalam penelitian ini. Kelima dimensi tersebut adalah 1) Reliabilitas (*Reliability*), yang mencakup dua aspek utama, yaitu konsistensi kinerja (*performace*) dan sifat terpercaya (*dependability*), 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*), kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan pelanggan dengan segera, 3) Jaminan (*Assurance*), yang berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan terhadap pelanggan, kemampuan menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan, 4) Empati (*Empathy*), dimana perusahaan berusaha untuk memahami keinginan, kebutuhan, dan perasaan pelanggan, 5) Bukti Fisik (*Tangibles*), merupakan penampilan fisik fasilitas pelayanan, peralatan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.

Menurut Daryanto dan Ismanto (2014:107), pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Sedangkan pelayanan prima merupakan terjemahan dari “*excellent service*” yang secara harfiah berarti pelayanan terbaik atau sangat baik dan melampaui harapan pelanggan (Rahmayanty, 2013:17).

D. Metode dan Sasaran Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Menurut Ardianto (2011: 50), metode korelasional digunakan bila mencoba meneliti hubungan di antara variabel-variabel dan bertujuan meneliti sejauh mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mencoba meneliti mengenai suatu hubungan diantara dua variabel, variabel independen (X) penelitian ini adalah kualitas pelayanan prima yang dibagi ke dalam lima sub variabel, yakni (X1) Reliabilitas; (X2) Daya Tanggap; (X3) Jaminan; (X4) Empati; dan (X5) Bukti Fisk. Kemudian variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah citra positif PT taspen (Persero).

Populasi dalam penelitian ini adalah para Pegawai Negeri Sipil (PNS), baik peserta aktif maupun peserta pensiun yang berkunjung langsung ke PT Taspen (Persero) KCU Bandung dan telah merasakan atau mendapatkan pelayanan yang diberikan oleh instansi terkait. Menurut Sugiyono (dalam Ruslan, 2003:133), populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi diambil dalam jangka waktu 5 hari kerja, yakni sebanyak 500 peserta. Untuk menentukan ukuran sampel, digunakan rumus perhitungan sederhana yang dikemukakan oleh Yamane (dalam Rakhmat, 2012:82) sehingga diperoleh 83 responden. Selanjutnya dilakukan penarikan sampel dari populasi yang ada dengan teknik sampling random sederhana. Pengambilan data dilakukan dengan tiga cara, yaitu 1) melakukan observasi dengan mengamati dan mencatat kegiatan pelayanan di kantor Taspen KCU Bandung, 2) menyebarkan angket dengan menggunakan skala Likert yang dikembangkan oleh Ransis Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi

seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008:107), 3) studi kepustakaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus koefisien korelasi *Rank Spearman*.

E. Temuan Penelitian

1. Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Prima Dengan Citra Positif PT Taspen (Persero)

Tabel 1
Correlations

			X	Y
Spearman's rho	X	Correlation Coefficient	1.000	.830**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	83	83
	Y	Correlation Coefficient	.830**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keterangan :

X: Kualitas Pelayanan Prima

Y : Citra Positif PT Taspen (Persero)

Hasil korelasi kualitas pelayanan prima dengan citra positif PT Taspen (Persero) diperoleh nilai korelasi sebesar 0.830. Nilai korelasi sebesar 0.830 menunjukkan hubungan yang tinggi atau kuat antara kualitas pelayanan prima dengan citra positif PT Taspen (Persero). Kemudian diperoleh nilai signifikansi 0.000 dan $\alpha = 0.05$ dengankriteria uji Tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) $< \alpha$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan prima dengan citra positif PT Taspen (Persero).

2. Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Prima dari Aspek Kehandalan Dengan Citra Positif PT. Taspen (Persero) KCU Bandung

Tabel 2
Correlations

			X1	Y
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.753**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	83	83
	Y	Correlation Coefficient	.753**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keterangan :

X_1 : Kehandalan (*Reliability*)

Y : Citra Positif PT. Taspen (Persero) KCU Bandung

Hasil korelasi kualitas pelayanan prima dari aspek kehandalan dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung diperoleh nilai korelasi sebesar 0.753. Nilai korelasi sebesar 0.753 menunjukkan hubungan yang tinggi atau kuat antara kualitas pelayanan prima dari aspek kehandalan dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung. Kemudian diperoleh nilai signifikansi 0.000 dan $\alpha = 0.05$ dengan kriteria uji Tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) $< \alpha$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan prima dari aspek kehandalan dengan citra positif PT Taspen (Persero).

3. Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Prima dari Aspek Daya Tanggap Dengan Citra Positif PT. Taspen (Persero) KCU Bandung

Tabel 3
Correlations

			X2	Y
Spearman's rho	X2	Correlation Coefficient	1.000	.655**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	83	83
		Y	Correlation Coefficient	.655**
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keterangan :

X_2 : Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Y : Citra Positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung

Hasil korelasi kualitas pelayanan prima dari aspek daya tanggap dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung diperoleh nilai korelasi sebesar 0.655. Nilai korelasi sebesar 0.655 menunjukkan hubungan yang cukup berarti antara kualitas pelayanan prima dari aspek daya tanggap dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung. Kemudian diperoleh nilai signifikansi 0.000 dan $\alpha = 0.05$ dengan kriteria uji Tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) $< \alpha$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan prima dari aspek daya tanggap dengan citra positif PT Taspen (Persero).

4. Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Prima dari Aspek Jaminan Dengan Citra Positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung

Tabel 4
Correlations

			X3	Y
Spearman's rho	X3	Correlation Coefficient	1.000	.799**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	83	83
	Y	Correlation Coefficient	.799**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keterangan :

X_3 : Jaminan (*Assurance*)

Y : Citra Positif PT. Taspen (Persero) KCU Bandung

Hasil korelasi kualitas pelayanan prima dari aspek jaminan dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung, didapat nilai korelasi sebesar 0.799. Nilai korelasi sebesar 0.799 menunjukkan hubungan yang tinggi atau kuat antara kualitas pelayanan prima dari aspek jaminan dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung. Kemudian diperoleh nilai signifikansi 0.000 dan $\alpha = 0.05$ dengan kriteria uji Tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) $< \alpha$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan prima dari aspek jaminan dengan citra positif PT Taspen (Persero).

5. Korelasi Antara Kualitas Pelayanan dari Aspek Empati Dengan Citra Positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung.

Tabel 5
Correlations

			X4	Y
Spearman's rho	X4	Correlation Coefficient	1.000	.748**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	83	83
	Y	Correlation Coefficient	.748**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keterangan :

X_4 : Empati (*Empathy*)

Y : Citra Positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung.

Hasil korelasi kualitas pelayanan prima dari aspek empati dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung, diperoleh nilai korelasi sebesar 0.748. Nilai korelasi sebesar 0.748 menunjukkan hubungan yang tinggi atau kuat antara kualitas pelayanan prima citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung. Kemudian diperoleh nilai signifikansi 0.000 dan $\alpha = 0.05$ dengan kriteria uji Tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) $< \alpha$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan prima dari aspek empati dengan citra positif PT Taspen (Persero).

6. Korelasi Antara Kualitas Pelayanan Prima dari Aspek Bukti Fisik Dengan Citra Positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung

Tabel 6
Correlations

			X5	Y
Spearman's rho	X5	Correlation Coefficient	1.000	.619**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	83	83
	Y	Correlation Coefficient	.619**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	83	83

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Keterangan :

X_5 : Bukti Fisik (*Intangible*)

Y : Citra Positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung

Hasil korelasi kualitas pelayanan prima dari aspek bukti fisik dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung, diperoleh nilai korelasi sebesar 0.619. Nilai korelasi sebesar 0.619 menunjukkan hubungan yang cukup berarti antara kualitas pelayanan prima dari aspek bukti fisik dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung. Kemudian diperoleh nilai signifikansi 0.000 dan $\alpha = 0.05$ dengan kriteria uji Tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) $< \alpha$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan prima dari aspek bukti fisik dengan citra positif PT Taspen (Persero).

F. Diskusi

Temuan-temuan penelitian memperlihatkan bahwa adanya hubungan antara kualitas pelayanan prima dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung. Hal ini membuktikan berlakunya teori behaviorisme menurut Thorndike yang dijadikan sebagai *grand theory*. Teori ini menyebutkan bahwa, “belajar adalah suatu proses hubungan mental dengan fisik, dan mental dengan mental, atau fisik dengan fisik” (Bigge, 1982:52-53), dimana stimulus disini adalah pelayanan yang diberikan oleh PT Taspen (Persero) KCU Bandung dan respon disini adalah reaksi yang diberikan para peserta pensin kepada instansi terkait.

Berdasarkan pada analisis deskriptif dari data primer, pelayanan prima yang dilakukan oleh PT Taspen (Persero) KCU Bandung melalui program pelayanannya *Delighted Costumer Service*, telah memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para peserta. Hasil memuaskan dari kualitas pelayanan tersebut, secara tidak langsung mempengaruhi dan meningkatkan citra positif perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari definisi citra menurut Bill Canton (dalam Soemirat dan Elvinaro, 2002:111), yang mengatakan bahwa “citra adalah kesan, perasaan, dan gambaran diri publik terhadap perusahaan”.

Namun, pelayanan yang ada di PT Taspen (Persero) KCU Bandung belum bisa dikatakan sangat memuaskan, mengingat adanya 2 aspek kualitas pelayanan yang memiliki tingkat hubungan yang cukup berarti, yakni hubungan antara kualitas pelayanan dari aspek daya tanggap dan bukti fisik terhadap citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung. Meskipun demikian, kualitas pelayanan PT Taspen (Persero) KCU Bandung melalui program pelayanan *Delighted Costumer Service* sudah dapat diapresiasi, karena program yang baru diusung pada tahun 2012-2013 ini sudah mencapai tujuannya yakni, memberikan pelayanan yang melebihi harapan peserta. Lebih dari itu, pelayanan yang diberikan melalui program *Delighted Costumer Service* juga memberikan dampak positif bagi citra PT Taspen (Persero) KCU Bandung sebagai Badan Usaha milik Negara di mata masyarakat.

G. Kesimpulan

1. Melihat pada hasil korelasi dan signifikansi, disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi atau kuat antara kualitas pelayanan prima dari aspek kehandalan dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung.
2. Melihat pada hasil korelasi dan signifikansi, disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berartiantara kualitas pelayanan prima dari aspek daya tanggap dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung.
3. Melihat pada hasil korelasi dan signifikansi, disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi atau kuat antara kualitas pelayanan prima dari aspek jaminan dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung.
4. Melihat pada hasil korelasi dan signifikansi, disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi atau kuat antara kualitas pelayanan prima dari aspek empati dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung.
5. Melihat pada hasil korelasi dan signifikansi, disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi atau kuat antara kualitas pelayanan prima dari aspek bukti fisik dengan citra positif PT Taspen (Persero) KCU Bandung.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2008. *Public Relations Pendekatan Praktis Menjadi Komunikator, Orator, Presenter dan Juru Kampanye Handal*. Bandung: Widya Padjajaran
- _____. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Astuti, Santi Indra dan O. Hasbiansyah. 2013. *Skripsi, Usulan Penelitian, dan Karya Ilmiah*. Bandung: Whatif Artwork
- Bigge, Morris L. 1982. *Learning Theories For Theacer*. New York: Harper & Row
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media

- PT Taspen (Persero). *Delighted Costumer Service* 2013. Jakarta: PT Taspen (Persero)
- Rahmayanty, Nina. 2013. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfa Beta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Pelayanan Prima*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit Andi
- _____. 2012. *Service Management: Mewujudkan Pelayanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Penerbit Andi