

Analisis Pelayanan Jasa dengan Model *Service Quality* dan *Ishikawa Diagram* pada PT Qiblat Tour Bandung

Niko Ahmad G, ²Tasya Aspiranti S

^{1,2}*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,*

Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

Email : ¹Nikoahmad10@gmail.com, ²ad_tasya@yahoo.com

Abstract. The purpose of this study was to determine the Umrah services at PT Qiblat Tour and analyzing services at PT Qiblat Tour by using Service Quality and Ishikawa Diagram. This type of research is descriptive quantitative research method used is descriptive survey that investigations are conducted to obtain the facts of the symptoms and work out the particulars in fact, both of the social institutions, economic, political or of a group or an area. Popoulasi in this study is a congregation that has been deployed by PT Qiblat Tour in the period 2015-2016 and has a sample of 98 people. Data collection techniques used in this study were interviews to managers, observation, documentation, and Survey (documentation). The results of this study revealed that the services provided by PT Qiblat Tour included into the category very well, but in studies using Service Quality of services provided by PT Qiblat Tour still has shortcomings in terms of the food provided by PT Qiblat Tour does not suit the tastes of the congregation. Of these deficiencies can be analyzed the causes of these problems by using Ishikawa diagram and can know the main cause of these problems is of human factors, materials, processes and locations. however on research using Service Quality of services provided by PT Qiblat Tour still has shortcomings in terms of the food provided by PT Qiblat Tour does not suit the tastes of the congregation. Of these deficiencies can be analyzed the causes of these problems by using Ishikawa diagram and can know the main cause of these problems is of human factors, materials, processes and locations. however on research using Service Quality of services provided by PT Qiblat Tour still has shortcomings in terms of the food provided by PT Qiblat Tour does not suit the tastes of the congregation. Of these deficiencies can be analyzed the causes of these problems by using Ishikawa diagram and can know the main cause of these problems is of human factors, materials, processes and locations.

Keywords: Services, Service Quality, Ishikawa Diagram.

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelayanan jasa umroh pada PT Qiblat Tour serta menganalisis pelayanan jasa pada PT Qiblat Tour dengan menggunakan *Service Quality* dan *Ishikawa Diagram*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif survey yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. Popoulasi pada penelitian ini merupakan jamaah yang telah diberangkatkan oleh PT Qiblat Tour pada periode 2015-2016 dan memiliki sampel sebanyak 98 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara kepada manager, observasi, dokumentasi, dan Survey (dokumentasi). Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa pelayanan yang diberikan PT Qiblat Tour termasuk kedalam kategori sangat baik, namun pada penelitian menggunakan *Service Quality* pelayanan yang diberikan PT Qiblat Tour masih memiliki kekurangan dalam hal makanan yang disediakan PT Qiblat Tour tidak sesuai dengan selera jamaah. Dari kekurangan tersebut dapat dianalisis penyebab permasalahan tersebut dengan menggunakan *Ishikawa Diagram* dan dapat diketahui penyebab utama permasalahan tersebut adalah dari faktor manusia, material, proses dan lokasi.

Kata kunci: Pelayanan Jasa, Service Quality, Ishikawa Diagram.

A. Pendahuluan

Umroh adalah salah satu kegiatan ibadah dalam agama Islam. Hampir mirip dengan ibadah haji, ibadah ini dilaksanakan dengan cara melakukan beberapa ritual ibadah di kota suci Mekkah, khususnya di Masjidil Haram. Kegiatan dan Umroh pun semakin tahun semakin meningkat peminatnya, jumlah keberangkatan Ibadah Umroh rata rata 500.000 orang per tahunnya .

Semakin meningkatnya jumlah jamaah setiap tahunnya maka akan berdampak pada persaingan pada setiap biro perjalanan yang ada. Persaingan yang muncul di antara penyedia jasa keberangkatan umroh membuat setiap perusahaan biro perjalanan harus

memerhatikan kualitas jasa yang diberikan kepada setiap jamaahnya.

PT Qiblat Tour adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang pariwisata khususnya dalam Haji dan Umroh. PT Qiblat Tour didirikan pada tahun 2003 yang beralamat di Jl. Taman Cibeunying Selatan No.15 Bandung, PT Qiblat Tour mengedepankan Pelaksanaan ibadah haji dan Umroh yang sempurna yang sesuai dengan sunnah Rasulullah SAW. Dalam menyelenggarakan pelaksanaan haji dan Umroh ini PT Qiblat Tour memperhatikan unsur kesempurnaan ibadah dan sekaligus kenyamanan dalam melaksanakannya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang diatas, maka peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Pelayanan jasa Umroh pada PT Qiblat Tour saat ini.
2. Kualitas jasa dengan menggunakan metode *Service Quality* dan *Ishikawa Diagram* pada PT Qiblat Tour Bandung

B. Landasan Teori

Service Quality

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Pengukuran *Service Quality* mengasumsikan konsumen membandingkan kinerja pada atribut-atribut dengan standar ideal. Dimensi dari *Service Quality* diantaranya: *Reliability, responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication, Credibility, Security, understanding/knowing the customer, Tangibles*. Dari dimensi tersebut disusun pengukuran berdasarkan skala likert dari 1 (Sangat setuju) sampai 5 (Sangat tidak setuju).

Dengan memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen, berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, karena itulah dalam memberikan sebuah pelayan harus dilakukan sesuai dengan fungsi dari pelayanan. Tujuan umum diberikannya kualitas pelayanan yang baik adalah agar konsumen merasakan kepuasan dan akan berdampak positif bagi perusahaan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Tjiptono, 1998:69) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis pelayanan, mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan, yakni :

1. *Reliability* yang mencakup konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanannya secara tepat sejak awal (*right the first time*) dan telah memenuhi janji (iklan)nya.
Secara rinci meliputi ketepatan tagihan., Penyimpanan catatan secara benar, ketepatan jadwal.
2. *Responsiveness* adalah yaitu kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Ia meliputi pengiriman slip transaksi segera, mengatasi tanggapan pelanggan secara cepat, Memberikan pelayanan pendahuluan (misal merancang janji secara cepat).
3. *Competence* artinya setiap pegawai perusahaan memiliki pengetahuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk dapat memberikan pelayanan tertentu.. Ia meliputi, pengetahuan dan keahlian dalam kontak personil pengetahuan dan keahlian dalam personil pendukung operasi, kemampuan riset organisasi.
4. *Access* yaitu kemudahan untuk dihubungi atau ditemui, yang berarti lokasi fasilitas pelayanan mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi mudah dihubungi.. Ia berarti pelayanan mudah diakses lewat

- telepon (jalur tidak sibuk dan tidak menyuruh tunggu), waktu tunggu pelayanan tidak lama, jam operasi yang nyaman, lokasi fasilitas pelayanan yang nyaman.
5. *Courtesy* yaitu sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan dari para kontak personal perusahaan. Ia meliputi, tenggang rasa bagi barang-barang pribadi pelanggan, tampilan yang bersih dan rapi dalam ruang pelayanan.
 6. *Communication* yaitu memberikan informasi yang dapat dipahami pelanggan serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.. Ia meliputi penjelasan atas layanan itu sendiri, penjelasan berapa biaya suatu layanan, penjelasan bagaimana pelayanan dan biasa dipertukarkan, meyakinkan pelanggan bahwa masalah akan ditangani.
 7. *Credibility* meliputi kepercayaan, keyakinan, kejujuran. Ia meliputi pemunculan kondisi bahwa kepentingan pelanggan adalah segalanya. Kontributor untuk credibility adalah nama organisasi, reputasi organisasi, karakteristik pribadi dari personil yang melakukan kontak.
 8. *Security* adalah yaitu aman (secara fisik, finansial dan kerahasiaan) dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.. Ia meliputi keamanan fisik, keamanan finansial, kerahasiaan.
 9. *Understanding the Customer* meliputi melakukan usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan. Ia meliputi pembelajaran untuk memahami kebutuhan khusus pelanggan, menyediakan perhatian pribadi, mengenali pelanggan reguler.
 10. *Tangible* yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan misalnya kartu kredit plastic contoh :fasilitas fisik, penampilan pekerja, Alat atau perlengkapan yang digunakan untuk menyelenggarakan pelayanan; Perwakilan fisik dari layanan, seperti kartu kredit plastik atau pernyataan bank;

Ishikawa Diagram

Ishikawa membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang signifikan memberi efek terhadap sebuah even. *Ishikawa Diagram* lahir karena adanya kebutuhan akan peningkatan mutu atau kualitas dari barang yang dihasilkan. Seringkali dalam suatu proses produksi dirasakan hasil akhir yang diperoleh tidak sesuai dengan ekspektasi, misalnya: barang cacat terjadi lebih dari yang ditetapkan, hasil penjualan sedikit, mutu barang kompetitor lebih baik dari barang kita, nasabah lebih memilih produk kompetitor kompetitor, dan lain-lain. Dari sinilah timbul pemikiran untuk melakukan analisa dan evaluasi terhadap proses yang sudah terjadi dalam rangka untuk memperbaiki mutu. Fishbone Diagram merupakan salah satu alat pengendali mutu yang fungsinya untuk mendeteksi permasalahan yang terjadi dalam suatu proses industri. Fishbone Diagram dalam penerapannya digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi penyebab permasalahan.

Ishikawa Diagram dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang signifikan dan memberi efek terhadap sebuah even. Bagian-bagian dari *Ishikawa Diagram* :

1. Bagian Kepala Ikan Kepala ikan biasanya selalu terletak di sebelah kanan. Di bagian ini, ditulis even yang dipengaruhi oleh penyebab-penyebab yang nantinya di tulis di bagian tulang ikan. Even ini sering berupa masalah atau topik yang akan di cari tahu penyebabnya.
2. Bagian Tulang Ikan Pada bagian tulang ikan, ditulis kategori-kategori yang bisa berpengaruh terhadap even tersebut. Kategori yang paling umum digunakan:
 1. Orang : Semua orang yang terlibat dari sebuah proses.
 2. Metode : Bagaimana proses itu dilakukan, kebutuhan yang spesifik dari proses itu, seperti prosedur, peraturan dll.
 3. Material : Semua material yang diperlukan untuk menjalankan proses seperti bahan dasar, pena, kertas dll.

4. Mesin : Semua mesin, peralatan, komputer dll yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan.
5. Pengukuran : Cara pengambilan data dari proses yang dipakai untuk menentukan kualitas proses.
6. Lingkungan : Kondisi di sekitar tempat kerja, seperti suhu udara, tingkat kebisingan, kelembaban udara, dll.

Dengan menerapkan *Ishikawa Diagram* ini dapat menolong kita untuk dapat menemukan akar “penyebab” terjadinya masalah khususnya di industri manufaktur dimana prosesnya terkenal dengan banyaknya ragam variabel yang berpotensi menyebabkan munculnya permasalahan. Apabila “masalah” dan “penyebab” sudah diketahui secara pasti, maka tindakan dan langkah perbaikan akan lebih mudah dilakukan. Dengan diagram ini, semuanya menjadi lebih jelas dan memungkinkan kita untuk dapat melihat semua kemungkinan “penyebab” dan mencari “akar” permasalahan sebenarnya.

C. Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Persentase Keberangkatan PT Qiblat Tour

Sumber: PT Qiblat Tour (2016)

Tahun Keberangkatan	Bulan keberangkatan	Target keberangkatan	Target Jamaah yg diberangkatkan	Jumlah keberangkatan	Jamaah yang diberangkatkan	Persentase yg dicapai
2015	Januari	4	240	3	170	70,8%
	Februari	4	240	4	200	83,3%
	Maret	4	240	3	165	68,7%
	April	4	240	2	105	43,7%
	Mei	4	240	3	170	70,8%
	Juni	4	240	4	225	93,7%
	Juli	4	240	3	170	70,8%
	Agustus	2	120	2	110	91,6%
	September	-	-	-	-	-
	Oktober	-	-	-	-	-
	November	4	240	3	176	73,3%
	Desember	4	240	3	169	70,4%
2016	Januari	4	240	3	157	65,4%
	Februari	4	240	2	116	48,3%
	Maret	4	240	3	168	70%
	April	4	240	2	111	46,2%
	Mei	4	240	4	220	91,6%
	Juni	4	240	4	225	93,7%
	Juli	4	240	3	150	62,5%
	Agustus	-	-	-	-	-
	September	-	-	-	-	-
	Oktober	2	120	2	107	44,5%
	November	4	240	4	220	91,6%
	Desember	4	240	2	120	50%
		80	4800	61	3362	60%

Berdasarkan tabel 3.3 diatas jumlah jamaah yang diberangkatkan oleh PT Qiblat Tour adalah sebanyak 3254 orang, maka jumlah tersebut yg digunakan sebagai data populasi. Tingkat kepercayaan yg diambil adalah 90% sehingga taraf kesalahan yg diperhitungkan adalah 10% sehingga dapat dihitung :

$$n = \frac{3362}{1+3362(0.1)^2} = 97,11 \approx 98$$

Penulis mengambil populasi jamaah yang keberangkatan PT Qiblat Tour pada periode 2015-2016 sebanyak 98 orang jamaah, lalu dilakukan penyebaran kuesioner kepada jamaah.

Berdasarkan hasil kuesioner dengan 37 pernyataan variabel *Service Quality*, dapat diketahui jumlah skor sebesar 15768. Maka dapat diketahui rentang skor setiap kategori yang ditentukan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Rentang Skor Kategori} &= \frac{(37 \times 98 \times 5) - (37 \times 98 \times 1)}{5} \\ &= \frac{18130 - 3626}{5} = 2901 \end{aligned}$$

Dari hasil diatas dapat diketahui panjang interval pada setiap rentang kategorinya yaitu sebesar 2901, sehingga diperoleh rentang sebagai berikut :

3626	6527	9428	12329	15230	18130
Sangat Buruk	Buruk	Cukup	Baik	Sangat Baik	
20%	36%	52%	68%	84%	100%

Melalui gambar diatas dapat diketahui bahwa tanggapan responden mengenai *Service Quality* pada PT Qiblat Tour termasuk kedalam kategori sangat baik karena memiliki jumlah skor 15768 berada diatas kategori baik yang memiliki angka 15230. Namun masih memiliki skor yang kurang pada item nomor 5 yaitu makanan yang disediakan PT Qiblat Tour tidak sesuai dengan selera jamaah. Untuk mengetahui penyebab masalah tersebut terjadi maka digunakan metode Ishikawa Diagram untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang signifikan memberi efek terhadap sebuah masalah.

Tabel 2. Identifikasi Masalah Mengenai Konsumsi yang tidak sesuai dengan selera jamaah

Faktor yang diamati	Masalah yang terjadi
a. Manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyedia makanan / pihak catering tidak memiliki keterampilan yang baik 2. Kurangnya pengalaman dalam memasak masakan indonesia 3. Kurangnya ahli masakan asal Indonesia
b. Material	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku yang tersedia di Arab Saudi berbeda dengan di Indonesia 2. Kurangnya <i>Supply</i> bahan baku dari indonesia
c. Proses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses memasak berbeda dengan di Indonesia 2. Proses pengolahan Ikan, ayam, dll juga berbeda
3. Lokasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sulit mencari ahli masakan Indonesia karena lokasi jauh

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan hasil *Brainstorming* diatas maka dapat diketahui beberapa faktor yang menjadikan makanan yang disediakan perusahaan tidak sesuai dengan selera jamaah yang dilihat dari segi manusia, material, proses dan lokasi. Masalah utamanya adalah sebagai berikut :

a. Manusia

Dalam faktor ini ditentukan beberapa penyebab utama yang memengaruhi rasa dari makanan yang disediakan diantaranya adalah :

1. Penyedia makanan / pihak catering tidak memiliki keterampilan yang baik
Kurangnya keterampilan ini diakibatkan oleh kurang lengkapnya pengetahuan maupun referensi masakan asli Indonesia
2. Kurangnya pengalaman dalam memasak masakan Indonesia
Pengalaman sangat berpengaruh dalam pembuatan suatu makanan ,orang yang cukup berpengalaman akan mengetahui waktu yang tepat dalam pembuatan suatu makanan contohnya adalah nasi
3. Kurangnya ahli makanan asal Indonesia
Ahli makanan asal Indonesia sangat dibutuhkan di Arab Saudi khususnya untuk para jamaah yang sulit beradaptasi dengan makanan baru. Dengan adanya ahli masakan Indonesia disana maka dapat dijadikan acuan atau patokan rasa, kematangan dan bumbu dari makanan Indonesia yang tepat.

b. Material

1. Bahan baku yang tersedia di Arab Saudi berbeda dengan di Indonesia
Perbedaan ini yang membuat adanya perbedaan rasa pada setiap makanan yang disajikan
2. Kurangnya Supply bahan baku
Penyebab terjadinya perbedaan rasa di Indonesia dan Arab Saudi pun dipengaruhi oleh kurangnya supply bahan baku rempah-rempah dari Indonesia

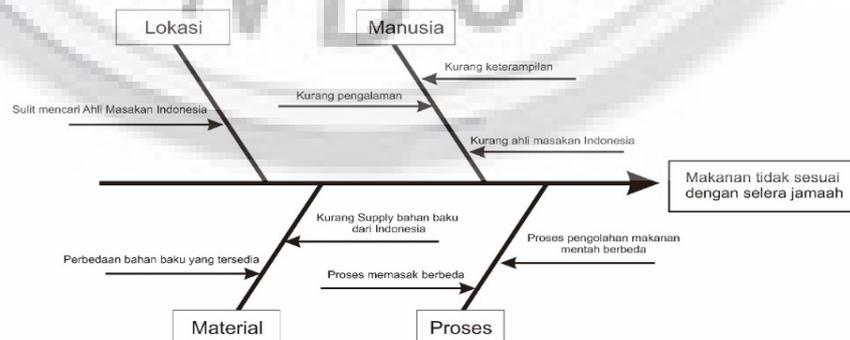
c. Proses

1. Proses memasak berbeda dengan di Indonesia
Proses memasak juga memengaruhi perbedaan rasa dari makanan yang asli yang ada di Indonesia sehingga jamaah akan merasa asing walaupun dengan bahan utama yang sama
2. Proses pengolahan Ikan,ayam, dll juga berbeda
Cara pengolahan makanan universal seperti ikan dan ayam pun berbeda dengan cara pengolahan di Indonesia

d. Lokasi

1. Faktor ini menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap perbedaan rasa karena lokasi yang cukup jauh dari Indonesia sehingga tidak mudah untuk mencari ahli memasak yang baik yang berasal dari Indonesia

Berikut ini adalah hasil *Ishikawa Diagram* yang didapat dari hasil pengolahan data berdasarkan kegiatan *Brainstorming* :



Sumber: Hasil pengolahan data

Gambar 1. Hasil Pembahasan Ishikawa

Tabel 3. Penanggulangan Masalah Mengenai Konsumsi yang tidak sesuai dengan selera jamaah

Faktor yang diamati	Masalah yang terjadi	Rencana Penanggulangan
a. Manusia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyedia makanan / pihak catering tidak memiliki keterampilan yang baik 2. Kurangnya pengalaman dalam memasak masakan Indonesia 3. Kurangnya ahli masakan asal Indonesia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perlu banyak menambah wawasan mengenai masakan Indonesia 2. Pihak catering memberikan pelatihan yang konsisten agar memiliki pengalaman dalam memasak masakan Indonesia 3. Mendatangkan ahli masakan/chef yang berasal dari Indonesia
b. Material	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku yang tersedia di Arab Saudi berbeda dengan di Indonesia 2. Kurangnya <i>Supply</i> bahan baku dari Indonesia 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengimpor bahan baku dari Indonesia 2. Perlu adanya pengelolaan persediaan bahan baku
c. Proses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proses memasak berbeda dengan di Indonesia 2. Proses pengolahan Ikan, ayam, dll juga berbeda 	Dibutuhkan sumber terpercaya tentang cara pembuatan masakan Indonesia yang benar
d. Lokasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sulit mencari ahli masakan Indonesia karena lokasi jauh 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berikan insentif yang memadai yang sebanding dengan apa yang dikorbankan

Sumber: Hasil pengolahan data

Berdasarkan pendekatan masalah dengan menggunakan analisis Ishikawa Diagram beserta dengan penanggulangan masalah maka PT Qiblat Tour perlu meningkatkan pelayanan dalam catering dengan menambah wawasan pada bagian juru masak mengenai masakan Indonesia, memberikan pelatihan yang konsisten kepada juru masak agar memiliki pengalaman memasak masakan Indonesia, mendatangkan ahli masakan/juru masak yang berasal dari Indonesia, mengimpor bahan baku dari Indonesia, mengadakan pengelolaan persediaan bahan baku yang baik dan memberikan insentif yang sebanding dengan apa yang dikorbankan

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan maka disusun kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan jasa yang dilakukan oleh PT Qiblat Tour dengan menggunakan metode *Service Quality* berada pada kontinum sangat baik. Hal tersebut dikarenakan seluruh jawaban dari responden merujuk pada nilai baik dan sangat baik pada setiap dimensinya namun masih ada indikator yang memiliki nilai kurang baik yaitu indikator tentang makanan berat/ringan yang disediakan sesuai dengan kesukaan jamaah.
2. Dari hasil pembahasan mengenai nilai hasil indikator yang kurang dalam *Service Quality* maka dapat diketahui akar penyebab terjadinya kekurangan tentang makanan berat/ringan yang disediakan sesuai dengan kesukaan jamaah dengan menggunakan *Ishikawa Diagram*. *Ishikawa Diagram* menunjukkan bahwa kekurangan tersebut disebabkan oleh faktor manusia, material, proses dan lokasi, dan faktor yang paling dominan adalah faktor manusia yang tidak memiliki wawasan maupun pengalaman dalam memasak masakan Indonesia

Daftar Pustaka

Akdon dan Riduwan. 2007. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.

- Bafadal, Ibrahim. 2004. *Manajemen Perlengkapan Sekolah Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Besterfield, Dale H. 2009. *Quality Control*. 8 th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Denzin, Norman K. & Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Terjemahan oleh Dariyanto dkk. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Gasperz, Vincent, 2002. *ISO 9001 : 2000 and Contunial Quality Improvement*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Heizer, Jay dan Barry Rander 2014. *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*.
- Heizer, Jay dan Barry Rander. 2017. *Operations Management 12th ed*
- Krajewski, Lee J., et. Al, 2013. *Operation Management "Processes and Supply Chain"*. Global Edition, England: Pearson Education Limited.
- Marcel, Davidson, 2003. *Service Quality in Concept and Theory*. Published by American Press, USA
- Parasuraman, A. Valerie, 2001. (Diterjemahkan oleh Sutanto) *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry (1985) "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of marketing*, Vol 49, Fall
- Parasuraman, A., V.A. Zeithaml, and L.L. Berry (1988) "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality ", *Journal of reatiling*, Vol. 64, Spring.
- Russel dan Taylor. 2009. *Operations Management (Quality and Competitiveness in a Global Environment)*. Sixth edition
- Sevilla, C. G.et. al. 1960. *Research Methods*. Quezon City: Rex Printing Company.
- Stemvelt, Robert C., 2004. (Diterjemahkan oleh Purwoko) *Perception of Service Quality* . Allyn and Bacon, Massachusetts.
- Yamit, Zulian. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.

Sumber Lain :

<http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/1231>

<https://tesisdisertasi.blogspot.co.id/2010/07/dimensi-kualitas-pelayanan.html>

<https://databoks.katadata.co.id>