

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN PADA RUMAH MAKAN
WAROENG SPESIAL SAMBAL (SS) DI YOGYAKARTA**

JURNAL



Disusun Oleh :

Nama : M. Dicky Gra Anggara
Nomor Mahasiswa : 13311432
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2019

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN PADA RUMAH MAKAN
WAROENG SPESIAL SAMBAL (SS) DI YOGYAKARTA**

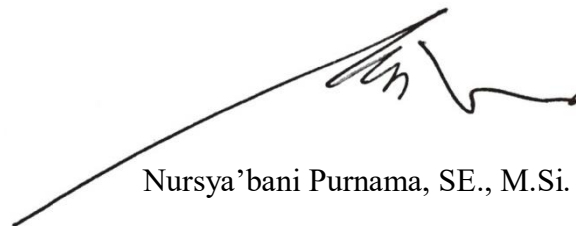
Nama : M. Dicky Gra Anggara

Nomor Mahasiswa : 13311432

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 02 Januari 2019
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Nursya'bani Purnama, SE., M.Si.

Analisis Kualitas Layanan Pada Rumah Makan Waroeng Spesial Sambal (SS) Di Yogyakarta

M. Dicky Gra Anggara

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan pada rumah makan Waroeng Spesial Sambal (SS) di Yogyakarta dengan cara membandingkan tingkat kepentingan atau harapan konsumen dengan tingkat kinerja yang dirasakan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Waroeng Spesial Sambal (SS) di Yogyakarta. Sampel yang digunakan adalah sebagian konsumen Waroeng Spesial Sambal (SS) di Yogyakarta dengan jumlah sampel 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan Waroeng Spesial Sambal (SS) dinilai penting oleh konsumen dan juga memiliki kinerja yang baik. Dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4.13 dan nilai tingkat kinerja sebesar 3.75. Namun secara keseluruhan belum memuaskan konsumen karena memiliki tingkat kesesuaian 90.82%. Ada 4 item kualitas layanan yang perlu diperbaiki pada kuadran I yaitu, perhatian karyawan ketika tempat penuh, antrian ketika konsumen memesan, waktu tunggu untuk menerima pesanan yang dipesan, serta kepedulian karyawan untuk tidak membiarkan konsumen berdiri lama ketika tempat penuh.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Tingkat Kepentingan, Tingkat Kinerja

ABSTRACT

This research purposed to determine the service quality of Waroeng Spesial Sambal (SS) in Yogyakarta by comparing the importance level or expectations of consumers with the performance level that perceived by consumers. The population in this research were the consumers of Waroeng Spesial Sambal (SS) in Yogyakarta. The

sample used was some consumers of Waroeng Spesial Sambal (SS) in Yogyakarta with 100 respondents. The data analysis used in this research is Importance Performance Analysis (IPA) method.

The results showed that the service quality of Waroeng Spesial Sambal (SS) was considered important by consumers and also had good performance. With a total number of importance is 4.13 and total number of performance is 3.75. But overall it has not satisfied consumers because it has a 90.82% conformity level. There are 4 service quality items that need to be fixed in quadrant I. Those are, employee attention when the place is full, queues when consumers order, waiting time to receive orders, and employee attention not to let consumers stand long when the place is full.

Keyword : Service quality, Importance, Performance

1. Pendahuluan

Persaingan dalam dunia usaha semakin ketat. Untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar perusahaan yang didirikan dapat berkembang dengan baik. Masalah-masalah akan selalu muncul baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Salah satu yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas layanan yang diberikan terhadap konsumen.

Kualitas layanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Pada dasarnya kepuasan konsumen mencangkup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Pada hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi dimana layanan yang diberikan seminimal mungkin dapat memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang

didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty* dan *Tangibles*.

2. Kajian Pustaka

Kualitas

Definisi kualitas secara konvensional yaitu menggambarkan karakteristik langsung dari produk, seperti kinerja (*performance*), kehandalan (*reliability*), mudah dalam penggunaan (*easy of use*), estetika (*esthetics*), dan sebagainya. Sedangkan definisi kualitas secara strategik adalah sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen (*meeting the customer*).

Pada prinsipnya, kualitas adalah untuk menjaga janji konsumen. Yaitu agar pihak yang dilayani merasa puas dan diungkapkan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, yaitu memberi dorongan kepada konsumen untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang pada saatnya hal tersebut akan dapat menciptakan kesetiaan dan loyalitas konsumen kepada perusahaan.

Manajemen Kualitas

Manajemen kualitas didefinisikan sebagai suatu cara meningkatkan kinerja secara terus menerus pada setiap level operasi atau proses dalam setiap area fungsional dari suatu organisasi, dengan menggunakan semua sumber daya manusia dan modal yang tersedia. Manajemen kualitas juga didefinisikan sebagai semua aktivitas dari fungsi manajemen secara keseluruhan yang menentukan kebijakan kualitas, tujuan dan tanggung jawab, serta mengimplementasikannya melalui alat-alat seperti perencanaan kualitas, pengendalian kualitas, jaminan kualitas, dan peningkatan kualitas. Tanggung jawab manajemen kualitas ada pada semua level manajemen, tetapi harus dikendalikan oleh manajemen puncak (*top management*) dan implementasinya harus melibatkan semua anggota organisasi.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan perusahaan pemberi layanan yang memiliki maksud untuk memecahkan permasalahan konsumen. Layanan merupakan faktor yang sangat penting bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana fisik produk memiliki berbagai macam inisial, yang biasanya merupakan jasa.

Dimensi Kualitas Layanan

Dimensi Kualitas layanan dibagi menjadi lima dimensi yaitu :

1. *Tangible* (Bukti fisik)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance* (Jaminan)

Yaitu pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.

5. *Empathy* (Empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada konsumen dengan upaya memahami keinginan konsumen.

Model Kualitas Layanan

Model yang digunakan untuk menganalisis kualitas layanan dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) dengan mengidentifikasi lima gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

1. Gap 1 : Gap antara konsumen dengan persepsi manajemen. Kesenjangan ini terjadi karena manajemen perusahaan salah mengerti atau tidak memahami benar apa yang diharapkan konsumen
2. Gap 2 : Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas layanan. Kesenjangan ini terjadi karena adanya kesalahan persepsi manajemen dalam menerjemahkan harapan konsumen secara tepat ke dalam bentuk standar kualitas pelayanan.
3. Gap 3 : Gap antara spesifikasi kualitas layanan dengan penyampaian layanan jasa. Kesenjangan ini terjadi karena ketidakmampuan sumber daya manusia pada perusahaan dalam memenuhi standard kualitas layanan yang ditetapkan.
4. Gap 4 : Gap antara penyampaian layanan jasa dengan komunikasi eksternal. Kesenjangan ini terjadi karena perusahaan tidak mampu memenuhi janji-janji yang disampaikan kepada pihak eksternal melalui berbagai promosi.
5. Gap 5 : Gap antara layanan yang dirasakan dengan yang diharapkan. Kesenjangan ini terjadi karena tidak terpenuhinya harapan konsumen atas layanan yang diterima atau dirasakan.

3. Metode Penelitian

Objek penelitian ini adalah Waroeng Spesial Sambal (SS) yang terdapat di Yogyakarta. Responden pada penelitian ini adalah konsumen rumah makan Waroeng Spesial Sambal (SS). Metode pengambilan sampel yaitu menggunakan *random sampling*. Pengambilan sampel berdasarkan rumus dan didapatkan hasil sebagai berikut :

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.1)^2} = 96.04$$

Nilai n merupakan jumlah sampel yang mendapatkan hasil 96.04, maka dilakukan pembulatan sehingga jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data yang diberikan kepada responden. Kuesioner dibagi menjadi 3 bagian. Bagian pertama adalah identitas responden. Bagian kedua adalah kuesioner penilaian tingkat kepentingan. Bagian ketiga adalah kuesioner penilaian kinerja. Setiap pilihan jawaban responden diberi skor nilai atau bobot yang disusun secara bertingkat berdasarkan skala Likert. Untuk skor yang diberikan disajikan pada tabel 1.

Tabel 1
Skala Likert Tingkat Kepentingan dan Kinerja

Skor	Kepentingan		Kinerja	
	Kode	Keterangan	Kode	Keterangan
1	STP	Sangat Tidak Penting	STB	Sangat Tidak Baik
2	TP	Tidak Penting	TB	Tidak Baik
3	B	Biasa	C	Cukup
4	P	Penting	B	Baik
5	SP	Sangat Penting	SB	Sangat Baik

Penelitian ini menggunakan metode *Important Performance Analysis* dan langkah-langkahnya adalah sebagai berikut :

A. Mencari Tingkat Kesesuaian

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor tingkat kinerja dengan skor tingkat kepentingan. Diwakilkan dengan huruf X dan Y. Dimana X merupakan tingkat kinerja yang diberikan perusahaan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan konsumen. Rumus yang digunakan adalah:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan konsumen

Sumbu X akan diisi oleh skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu Y akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, untuk setiap atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dapat diketahui dengan rumus berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

B. Diagram Kartesius

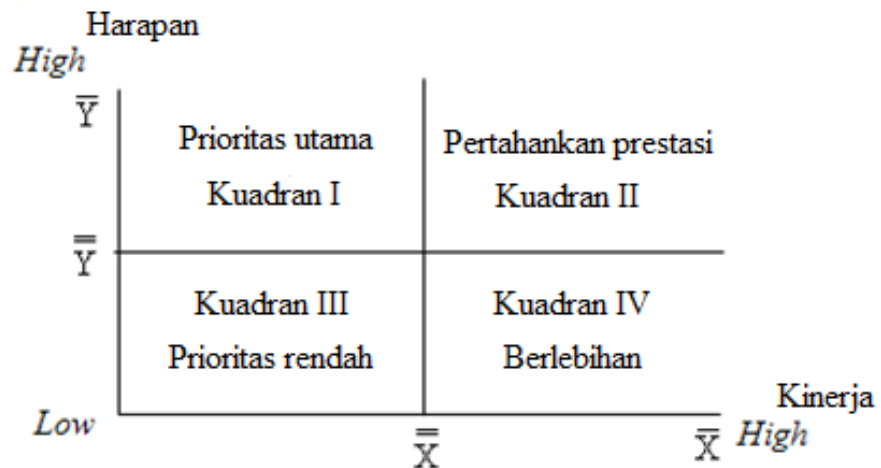
Diagram kartesius digunakan untuk mengetahui indikator kualitas layanan yang memuaskan atau tidak memuaskan konsumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

dimana, K = Banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Diagram kartesius juga digunakan untuk memetakan atribut-atribut kualitas layanan yang telah dianalisis, dengan gambar sebagai berikut:

Gambar 3.1
Diagram Kartesius



Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu alat ukur dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisien korelasi (r_{xy}). Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat tetap konsisten jika dilakukan pengukuran yang sama 2 kali atau lebih dengan teknik *cronbach's alpha*,

yaitu menghitung nilai masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS versi 19 *for windows*.

4. Hasil Analisis dan Pembahasan

Pada penelitian ini skala tingkat kepentingan dan kinerja ditunjukkan oleh nilai rata-rata masing-masing responden dari kelas interval dengan jumlah kelas yaitu 5 yang dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Interval = \frac{Nilai\ Max - Nilai\ Min}{Jumlah\ Kelas}$$

$$Interval = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapatkan interval sebesar 0.8. Lalu skala interval diurutkan dari yang paling rendah yaitu skala 1.00 – 1.80, 1.81 – 2.60, 2.61 – 3.40, 3.41 – 4.20, lalu yang paling tinggi yaitu 4.21 – 5.00. Serta kategori tingkat kepentingan dan kinerja yang selengkapnya disajikan pada tabel 2.

Tabel 2

Skala Interval Tingkat Kepentingan dan Kinerja

Skala Interval	Kategori Tingkat Kepentingan	Kategori Tingkat Kinerja
1.00 - 1.80	Sangat Tidak Penting	Sangat Tidak Baik
1.81 - 2.60	Tidak Penting	Tidak Baik
2.61 - 3.40	Biasa	Cukup
3.41 - 4.20	Penting	Baik
4.21 - 5.00	Sangat Penting	Sangat Baik

Berdasarkan analisis deskriptif, pada tingkat kepentingan, konsumen menilai ada 13 faktor yang dikategorikan sangat penting, 9 faktor yang dikategorikan penting, dan 1 faktor yang dikategorikan biasa. Pada tingkat kepentingan ini memiliki rata-rata skor 4.13 yang berarti masuk dalam kategori penting. Sementara pada tingkat kinerja, konsumen menilai ada 19 faktor yang dikategorikan baik dan 4 faktor yang dikategorikan cukup. Pada tingkat kinerja ini memiliki rata-rata skor 3.75 yang berarti

masuk ke dalam kategori baik. Sehingga dapat dikatakan bahwa, secara keseluruhan kualitas layanan Waroeng Spesial Sambal (SS) ini dinilai penting oleh konsumen dan kinerjanya dinilai baik. Selengkapnya disajikan pada tabel 3.

Tabel 3
Hasil Analisis Deskriptif Tingkat Kepentingan dan Kinerja

No. Item	Tingkat Kepentingan		Tingkat Kinerja	
	Skor	Kategori	Skor	Kategori
<i>Tangibles</i>				
1	4.37	Sangat Penting	3.82	Baik
2	4.25	Sangat Penting	4.15	Baik
3	3.56	Penting	3.33	Cukup
4	4.58	Sangat Penting	3.86	Baik
5	4.26	Penting	4.03	Baik
6	3.13	Biasa	3.26	Cukup
7	3.85	Penting	3.63	Baik
<i>Reliability</i>				
8	4.35	Sangat Penting	4.05	Baik
9	4.39	Sangat Penting	3.91	Baik
10	4.35	Sangat Penting	3.68	Baik
11	4.38	Sangat Penting	4.16	Baik
<i>Assurance</i>				
12	4.32	Sangat Penting	4.08	Baik
13	4.52	Sangat Penting	4.00	Baik
14	4.33	Sangat Penting	3.92	Baik
15	4.37	Sangat Penting	4.09	Baik
<i>Responsiveness</i>				
16	4.16	Penting	3.08	Cukup
17	4.24	Sangat Penting	3.01	Cukup
18	4.22	Sangat Penting	3.48	Baik
19	3.97	Penting	3.61	Baik
<i>Empathy</i>				
20	3.47	Penting	3.47	Baik
21	4.08	Penting	3.86	Baik
22	4.32	Penting	4.00	Baik
23	3.46	Penting	3.74	Baik
Rata-Rata	4.13	Penting	3.75	Baik

Berdasarkan analisis tingkat kesesuaian antara kepentingan dan kinerja, menunjukkan ada 20 faktor yang tidak memuaskan dan 3 faktor yang memuaskan. Serta rata-rata tingkat kesesuaian adalah 90.82%, maka keadaan ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen belum atau tidak merasa puas dengan layanan yang diberikan Waroeng Spesial Sambal (SS), walaupun ada beberapa faktor yang sudah memuaskan konsumen. Selengkapnya disajikan pada tabel 4.

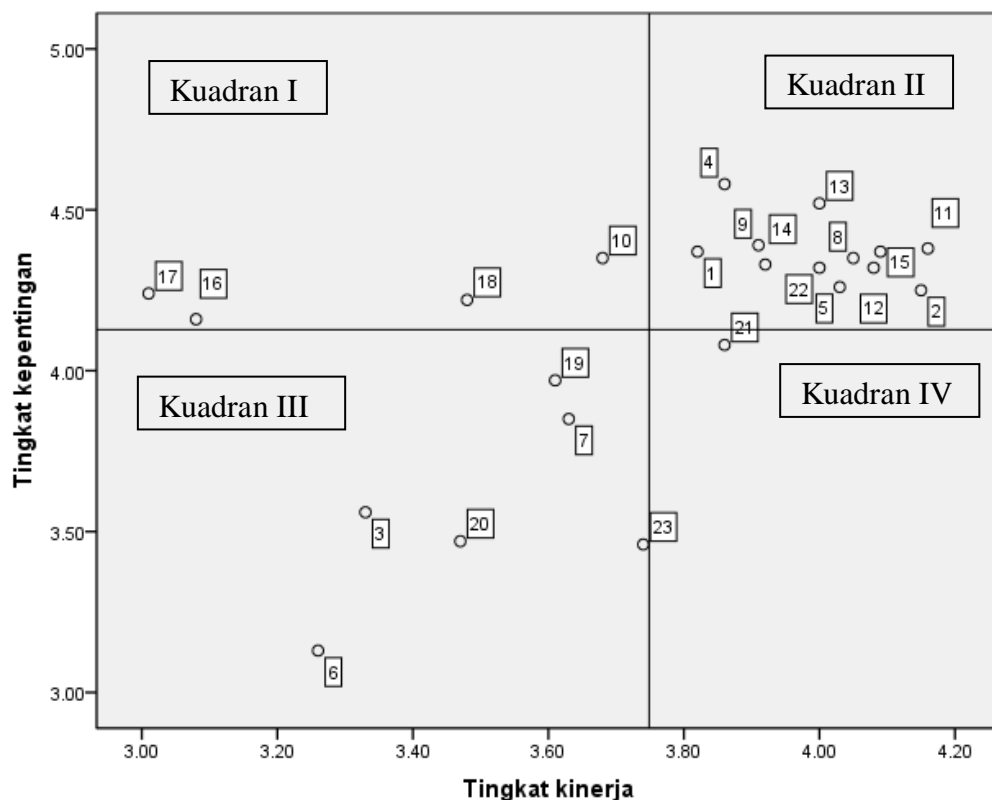
Tabel 4
Tingkat Kepentingan Item Kepentingan dan Kinerja

No. Item	Tingkat kepentingan	Tingkat kinerja	Tingkat Kesesuaian	Keterangan
Tangible				
1	4.37	3.82	87.41%	Tidak Memuaskan
2	4.25	4.15	97.65%	Tidak Memuaskan
3	3.56	3.33	93.54%	Tidak Memuaskan
4	4.58	3.86	84.28%	Tidak Memuaskan
5	4.26	4.03	94.60%	Tidak Memuaskan
6	3.13	3.26	104.15%	Memuaskan
7	3.85	3.63	94.29%	Tidak Memuaskan
Reliability				
8	4.35	4.05	92.64%	Tidak Memuaskan
9	4.39	3.91	89.07%	Tidak Memuaskan
10	4.35	3.68	84.60%	Tidak Memuaskan
11	4.38	4.16	94.98%	Tidak Memuaskan
Assurance				
12	4.32	4.08	94.44%	Tidak Memuaskan
13	4.52	4.00	88.50%	Tidak Memuaskan
14	4.33	3.92	90.53%	Tidak Memuaskan
15	4.37	4.09	93.59%	Tidak Memuaskan
Responsiveness				
16	4.16	3.08	74.04%	Tidak Memuaskan
17	4.24	3.01	70.99%	Tidak Memuaskan
18	4.22	3.48	82.46%	Tidak Memuaskan
19	3.97	3.61	90.93%	Tidak Memuaskan
Empathy				
20	3.47	3.47	100%	Memuaskan
21	4.08	3.86	94.61%	Tidak Memuaskan
22	4.32	4.00	92.59%	Tidak Memuaskan

23	3.46	3.74	108.09%	Memuaskan
Rata-rata	4.13	3.75	90.82%	Tidak Memuaskan

Berdasarkan analisis diagram kartesius maka didapatkan hasil, bahwa ada 4 item pernyataan pada kuadran I yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki. Lalu 12 item pernyataan pada kuadran II yang harus dipertahankan kinerjanya. Selanjutnya 6 item pernyataan pada kuadran III yang menjadi prioritas rendah untuk diperbaiki. Serta 1 item pernyataan pada kuadran IV yang dianggap terlalu berlebihan. Dari hasil tersebut dapat diurutkan kuadran yang memiliki item terbanyak adalah kuadran II dan yang paling sedikit adalah kuadran IV.

Gambar 1
Analisis Diagram Kartesius



5. Penutup

Berdasarkan hasil seluruh analisis yang dilakukan pada penelitian ini, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan Waroeng Spesial Sambal (SS) dinilai penting oleh konsumen

2. Layanan yang diberikan Waroeng Spesial Sambal (SS) dinilai baik oleh konsumen
3. Perbandingan antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menunjukkan bahwa keseluruhan kualitas layanan Waroeng Spesial Sambal (SS) sebagian besar belum memuaskan konsumen.
4. Item kualitas layanan yang termasuk diagram perbaikan adalah 4 item pada kuadran I yaitu, perhatian karyawan ketika tempat penuh, antrian ketika konsumen memesan, waktu tunggu untuk menerima pesanan yang dipesan, serta kepedulian karyawan untuk tidak membiarkan konsumen berdiri lama ketika tempat penuh.

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian yang telah penulis lakukan, maka penulis memiliki saran sebagai berikut, Waroeng Spesial Sambal (SS) harus melakukan perbaikan, dimulai dari yang menjadi prioritas utama karena dianggap penting oleh konsumen namun kinerjanya belum baik. Perbaikan yang dilakukan yaitu karyawan harus memberikan perhatian serius kepada konsumen ketika tempat penuh, antrian sebaiknya tidak terlalu lama ketika konsumen memesan, waktu tunggu untuk konsumen menerima pesanan sebaiknya tidak terlalu lama, dan jangan sampai karyawan membiarkan konsumen berdiri lama ketika tempat penuh.

Selanjutnya dilakukan perbaikan pada kualitas layanan yang berlebihan karena dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen namun kinerjanya berlebihan, yaitu kesungguhan karyawan merespon permintaan konsumen. Dilanjutkan dengan melakukan perbaikan kualitas layanan yang prioritasnya rendah, yaitu interior tempat makan, peralatan yang canggih, kelengkapan peralatan makan, waktu luang karyawan untuk membantu konsumen ketika butuh sesuatu, perhatian karyawan secara individual kepada konsumen, dan kesesuaian jam buka sesuai keinginan konsumen.

Daftar Pustaka

- A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, Leonard. Berry (1985), "A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future Research" (Journal of Marketing)
- Basri, Seta (2011), "Analisis Kuadran Harapan Dan Persepsi Publik", Diperoleh pada 26 Juli 2018 di: <http://setabasri01.blogspot.co.id/2011/04/analisis-deskriptif-dengan-importance.html>

- Darojat, Hanif Afadil. (2018), *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Perusahaan Jasa Ekspedisi Mitra Utama*, Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan), Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII
- Fandy, Tjiptono (2000), *Manajemen Jasa*, Edisi Kedua. Yogyakarta: Andy Offset.
- J. Supranto (2006), Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : *Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Lukman, Sampara (1999), *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA LAN Press.
- Lupiyoadi (2001), *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Jakarta: Salemba Empat.
- Parasuraman, A., V.A., Zeithml dan L.L., Berry (1998), SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perseption of Service Quality, hal 64, *Jurnal of Retailing*.
- Ratminto (2005), *Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Shabrina, Oja. (2017), *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Sakit Umum Daerah Aji Muhammad Parikesit Tenggarong*, Skripsi Sarjana(Tidak dipublikasikan), Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII
- Wahyono, Budi (2012), "Langkah-Langkah Analisis Important Performance Analysis (IPA)", Diperoleh pada 26 Juli 2018 di: <http://dataolah.blogspot.com/2012/08/langkah-langkah-analisis-importance.html>