

***IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALISYS PADA
MASKAPAI LION AIR***

JURNAL PENELITIAN



Disusun Oleh :

Nama : Andra Fresta Agrun
Nomor Mahasiswa : 07311325
Jurusan : Manajemen
Bidang : Manajemen Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2014**

HALAMAN PENGESAHAN

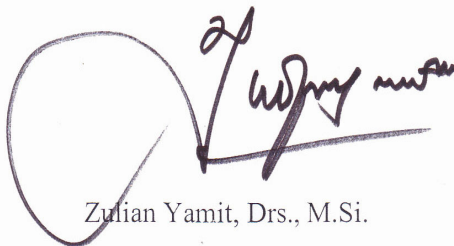
**IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALISYS PADA
MASKAPAI LION AIR**

Disusun oleh:

Nama : Andra Fresta Agrun
Nomor Mahasiswa : 07311325
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Manajemen Operasional

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing
Pada Tanggal 26 Agustus 2014

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Zulian Yamit', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Zulian Yamit, Drs., M.Si.

BSTRAK

IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALISYS PADA MASKAPAI LION AIR

Andra Fresta Agrun

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja pelayanan jasa (*reliability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible*) Maskapai Lion Air, untuk mengetahui tingkat kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air, untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air, dan untuk mengetahui strategi perbaikan pelayanan yang harus dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan penumpang di Maskapai Lion Air. Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta, yaitu di Bandar Udara Adi Sucipto, yang diteliti adalah penumpang Maskapai Lion Air. Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebagian pelanggan Maskapai Lion Air yang berjumlah 100 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*. Hasil analisis tingkat kinerja jasa menunjukkan bahwa aspek *reliability, responsive, assurance, emphathy, dan tangible* penumpang di Maskapai Lion Air belum baik (kinerjanya dinilai belum baik oleh penumpang). Hasil analisis tingkat kepentingan pelayanan jasa menunjukkan bahwa aspek *reliability, responsive, assurance, emphathy, dan tangible* penumpang di Maskapai Lion Air belum baik (belum sesuai dengan kepentingan penumpang). Hasil analisis *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa aspek *reliability, responsive, assurance, emphathy, dan tangible* belum memiliki tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air. Hal ini berarti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan dari dimensi tersebut belum sesuai dengan kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air atau penumpang di Maskapai Lion Air belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Maskapai Lion Air. Hasil analisis secara keseluruhan pelanggan Maskapai Lion Air belum merasa puas dengan pelayanan Maskapai Lion Air. Oleh karena itu diperlukan suatu strategi yaitu dengan mempertahankan semua variabel dalam item yang belum sesuai, karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan, variabel-variabel yang termasuk dalam item yang belum sesuai perlu dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya, perlu adanya peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam item yang sudah sesuai dengan pertimbangan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil, dan meningkatkan variabel-variabel yang masuk kuadran dengan cara perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada akan meningkat.

Kata kunci : Kinerja Pelayanan Jasa, *Importance, Performance*.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, sebuah organisasi atau perusahaan dituntut untuk dapat terus berkembang. Globalisasi telah meningkatkan permintaan untuk jasa-jasa komunikasi, perjalanan, dan informasi. Ini didorong oleh perubahan-perubahan cepat yang dibawa oleh teknologi informasi baru. Hal ini disebabkan oleh persaingan yang semakin ketat di tengah tingkat pendidikan masyarakat yang semakin naik dan kecanggihan teknologi yang berkembang pesat secara terus-menerus dan untuk dapat memenangkan persaingan, suatu organisasi atau perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, dengan cara meningkatkan kualitas agar dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Tujuan utama sebuah organisasi atau perusahaan adalah mencari keuntungan dengan cara memberikan kepuasan kepada pelanggan. Perusahaan harus menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas, sehingga dapat memenuhi kepuasan konsumen dan mengurangi keluhan dari konsumen sehingga dapat meningkatkan pendapatan organisasi atau perusahaan.

Perkembangan teknologi-teknologi ini sangat berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian. Keadaan ini selain mempengaruhi keinginan masyarakat yang semakin kompleks dan bervariasi, juga sangat berpengaruh terhadap perkembangan bidang usaha jasa, khususnya perusahaan transportasi. Perusahaan jasa telah meningkat dalam kepentingannya selama dekade terakhir seiring dengan meningkatnya persaingan. Sepuluh tahun

yang lalu persaingan relatif kurang penting bagi badan-badan usaha dalam bisnis jasa. Namun, daya saing telah melejit pada suatu tingkat yang mengkhawatirkan dalam hampir semua sektor jasa (Yu, Chang, dan Huang, 2006).

Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah kinerja pelayanan jasa yang ditinjau dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible* Maskapai Lion Air?
2. Bagaimanakah tingkat kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air?
3. Bagaimanakah tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air?
4. Bagaimanakah strategi perbaikan pelayanan yang harus dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan penumpang di Maskapai Lion Air?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kinerja pelayanan jasa (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangible*) Maskapai Lion Air.
2. Untuk mengetahui tingkat kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air.

3. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara kinerja dan kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air.
4. Untuk mengetahui strategi perbaikan pelayanan yang harus dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan penumpang di Maskapai Lion Air.

Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti

Dengan penelitian diharapkan dapat mendapatkan pengetahuan teoritis dan pengalaman praktis di dunia bisnis yang nyata.

2. Bagi perusahaan

Penelitian dapat dijadikan sumber informasi untuk bahan pertimbangan bagi Maskapai Lion Air untuk menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai peningkatan kualitas jasa sesuai yang diinginkan oleh penumpang demi meningkatkan keuntungan perusahaan.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

Tinjauan Pustaka

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Han-Cen (2013) dengan penelitiannya yang berjudul “*Measuring the Service Quality of Community*

Development Associations Using Importance-Performance Analysis”.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 455 responden. Tujuan CDAS adalah untuk meningkatkan kualitas hidup warga. Layanan yang diberikan oleh *Community Development Associations Using (CDAS)* harus memenuhi dan bahkan melebihi harapan warga, dan kinerja pelayanan ini harus disetujui oleh warga. Ketika harapan mereka tidak terpenuhi, warga menjadi tidak puas dengan layanan yang diberikan dan akhirnya kehilangan identitas komunitas mereka. Dengan demikian, berdasarkan kuesioner SERVQUAL yang dikembangkan dalam penelitian ini menggunakan analisis IPA untuk menyelidiki kualitas pelayanan CDAS.

Temuan penelitian ini dapat digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan CDAS. Berdasarkan kuesioner SERVQUAL yang dikembangkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode IPA untuk menyelidiki kualitas pelayanan dari CDA. Kinerja keseluruhan dari subjek penelitian yang sangat baik. Beberapa layanan yang dianggap sangat penting bagi warga gagal memuaskan warga. Dengan demikian, kualitas layanan yang diberikan adalah aspek penting bahwa CDA harus ditingkatkan segera. CDAS harus benar-benar meninjau aspek penting dari berbagai isu dan mengembangkan strategi perbaikan untuk meningkatkan kepuasan penduduk.

Landasan Teori

Dalam melaksanakan produktivitas (kinerja) suatu perusahaan, diperlukan suatu manajemen yang berguna untuk menerapkan keputusan-keputusan dalam upaya pengaturan dan pengkoordinasian penggunaan sumber daya dari kegiatan produktivitas (kinerja) yang dikenal sebagai manajemen produktivitas (kinerja) atau manajemen operasi. Melalui kegiatan operasi, segala sumber daya masukan perusahaan diintegrasikan untuk menghasilkan keluaran yang memiliki nilai tambah. Produk yang dihasilkan dapat berupa barang akhir, barang setengah jadi, atau jasa. Kegiatan operasi merupakan kegiatan kompleks, yang mencakup tidak saja pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan dalam mencapai tujuan operasi, tetapi juga mencakup kegiatan teknis untuk menghasilkan suatu produk atau jasa yang memenuhi spesifikasi yang diinginkan (Yamit, 2001). Kegiatan untuk meningkatkan kegunaan barang dan jasa sering dikenal sebagai kegiatan mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), hal tersebut tidak dapat dilakukan sendiri tanpa bantuan orang lain, dengan demikian dibutuhkan kegiatan manajemen Yamit (1998).

Kegiatan manajemen ini sangat dibutuhkan untuk mengatur dan mengkoordinasikan faktor-faktor produktivitas (kinerja) yang berupa *money*, *man*, *machine*, *method*, *market*, dan *management*. Semua ini saling terkait dan dapat meningkatkan kegunaan barang dan jasa secara efektif dan efisien, serta dengan mengantisipasi perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen di masa yang akan datang. Oleh karena itu, pengetahuan yang

baik tentang manajemen operasi perlu dimiliki oleh semua pihak yang terlibat langsung dalam kegiatan proses produktivitas (kinerja). Dalam kegiatannya manajemen operasi tidak hanya menyangkut *manufacturing* berbagai barang, tetapi juga berkaitan dengan produktivitas (kinerja) jasa (pelayanan). **Dalam organisasi yang tidak menghasilkan produk atau jasa secara fisik, banyak juga organisasi-organisasi yang menyediakan berbagai bentuk produk atau jasa usaha dalam bidang jasa, misalnya bisnis perhotelan, perbankan, asuransi, ataupun perusahaan transportasi.**

Manajemen produktivitas (kinerja) yang telah banyak dipakai sebelumnya, dipandang kurang mencakup seluruh kegiatan sistem-sistem produktif dalam masyarakat ekonomi kita. Karena kadang-kadang produktivitas (kinerja) diartikan sebagai kegiatan untuk menghasilkan barang. Bahkan banyak yang menganggap bahwa produktivitas (kinerja) itu hanya kegiatan menghasilkan barang untuk mencari laba. Ini merupakan pengertian yang sempit sebab produktivitas (kinerja) seharusnya tidak hanya kegiatan untuk menghasilkan barang, tetapi juga dapat menghasilkan jasa, dan juga dapat dilakukan oleh lembaga yang tidak mencari laba. Oleh karena itu, diperlukan suatu istilah yang lebih tepat dan mempunyai cakupan luas, yaitu mengenai manajemen operasi.

SERVQUAL

Yu, Chang dan Huang (2006), menyatakan bahwa pelayanan jasa merupakan interaksi dari semua faktor yang menjaga dari proses penciptaan jasa yang disediakan untuk konsumen. Menurut Yu, Chang dan Huang (2006), dimasa yang lalu ada tiga macam penilaian skala untuk pelayanan jasa, yaitu SERVQUAL, SERVPERF, dan Non-Difference. Dan pengukuran diatas juga digunakan peneliti dalam mengukur pelayanan jasa di dalam penelitian ini. Menurut Parasuraman, dkk., (Tjiptono, 1997) pelayanan jasa diukur dengan lima dimensi, yaitu:

- a. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (reponsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- d. *Emphaty* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- e. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan,

keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

Teori *Importance-Performance Analysis*

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kepentingan) lebih besar atau sama besar dari Y (kinerja) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas. *Importance Performance Analysis* menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis.

Teori Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan dari perusahaan yang memiliki komitmen terhadap kualitas. Dengan kepeuasan pelanggan berarti akan diperlukan upaya secara berkesinambungan untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap suatu barang dan jasa. Informasi tersebut diolah untuk menciptakan produk yang

berkualitas. Produk berkualitas dengan harga kompetitif akan menarik pelanggan dan akhirnya akan meningkatkan volume penjualan sekaligus kualitas yang dirasakan pelanggan meningkat. Menurut Day (dalam Tjiptono, 1995) memberikan definisi mengenai kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan dan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Metode Analisis Data

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah analisis deskripsi variabel penelitian yang menggambarkan jawaban atau penilaian dari responden atas kuesioner yang diberikan dan distribusi frekuensi responden.

Analisis Kinerja dan Kepentingan (*Importance Performance Analysis*)

Metode *Importance Performance Analysis* telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

Importance Performance Analysis mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.

Importance Performance Analysis menggabungkan pengukuran kesesuaian faktor tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan dalam grafik dua dimensi. Dalam penelitian ini ada dua buah variabel yang diwakilkan oleh X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian kepentingan konsumen. X (kinerja) lebih besar atau sama besar dari Y (kepentingan) maka konsumen puas tetapi apabila lebih kecil, maka konsumen tidak puas.

HASIL ANALISIS

Berdasarkan hasil analisis *reliability, responsive, assurance, emphathy,* dan *tangible* pada tabel di atas bahwa aspek *reliability, responsive, assurance, emphathy,* dan *tangible* belum memiliki tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan Penumpang Maskapai Lion Air. Hal ini berarti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan dari dimensi tersebut belum sesuai dengan kepentingan Penumpang Maskapai Lion Air. Variabel *reliability, responsive, assurance, emphathy,* dan *tangible* menunjukkan bahwa semua nilai kuantitatif Kinerja Maskapai Lion Air sama dengan kuantitatif kepentingan Penumpang Maskapai Lion Air, sehingga tingkat kesesuaian pada *reliability, responsive, assurance, emphathy,* dan *tangible* adalah sesuai, ini berarti bahwa Penumpang Maskapai Lion Air belum merasa puas atas pelayanan melalui pengelolaan indikator-indikator yang ada pada

dimensi dimensi *reliability, responsive, assurance, emphathy, dan tangible* Maskapai Lion Air.

Secara rata-rata tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan Penumpang Maskapai Lion Air belum memiliki kesesuaian dalam arti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan Maskapai Lion Air dari dimensi tersebut belum sesuai dengan kepentingan Penumpang Maskapai Lion Air.

Dari hasil tersebut bahwa Penumpang Maskapai Lion Air dianggap belum merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh pihak Maskapai Lion Air melalui indikator tersebut. Dengan demikian secara substantif indikator tersebut mempunyai prioritas rendah dan dianggap berlebihan dalam pengelolaannya. Akan tetapi lebih baik lagi, jika sebagian perhatian dalam indikator-indikator yang sudah sesuai untuk menjadi prioritas utama dalam pengelolaannya. Hal ini secara riil dalam penelitian ini Kinerja Maskapai Lion Air dinilai memberikan Kinerja yang memuaskan bagi para Penumpang Maskapai Lion Air (92% atau Tidak Sesuai).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- 1) Hasil analisis tingkat kinerja jasa menunjukkan bahwa aspek *reliability, responsive, assurance, emphathy, dan tangible* penumpang di Maskapai Lion Air belum baik (kinerjanya dinilai belum baik oleh penumpang).
- 2) Hasil analisis tingkat kepentingan pelayanan jasa menunjukkan bahwa aspek *reliability, responsive, assurance, emphathy, dan tangible*

penumpang di Maskapai Lion Air belum baik (belum sesuai dengan kepentingan penumpang).

- 3) Hasil analisis *Importance Performance Analysis* menunjukkan bahwa aspek *reliability*, *responsive*, *assurance*, *emphathy*, dan *tangible* belum memiliki tingkat kesesuaian antara Kinerja dan Kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air. Hal ini berarti bahwa pengelolaan kualitas pelayanan dari dimensi tersebut belum sesuai dengan kepentingan penumpang di Maskapai Lion Air atau penumpang di Maskapai Lion Air belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak Maskapai Lion Air.
- 4) Hasil analisis secara keseluruhan pelanggan Maskapai Lion Air belum merasa puas dengan pelayanan Maskapai Lion Air. Oleh karena itu diperlukan suatu **strategi** yaitu dengan mempertahankan semua variabel dalam item yang belum sesuai, karena semua variabel ini menjadikan produk/jasa tersebut unggul di mata pelanggan, variabel-variabel yang termasuk dalam item yang belum sesuai perlu dikurangi agar perusahaan dapat menghemat biaya, perlu adanya peningkatan variabel-variabel yang termasuk dalam item yang sudah sesuai dengan pertimbangan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan sangat kecil, dan meningkatkan variabel-variabel yang masuk kuadran dengan cara perusahaan melakukan perbaikan secara terus menerus, sehingga *performance* variabel yang ada akan meningkat.

Saran

1. Disarankan Maskapai Lion Air memprioritaskan aspek Maskapai Lion Air yaitu tepat waktu sampai ditujuan, pengetahuan dan kecakapan karyawan Maskapai Lion Air dalam setiap bidangnya, dan karyawan Maskapai Lion Air berpenampilan rapi dengan tujuan agar konsumen merasa puas dan menjadi lebih loyal. Dengan demikian, maka Maskapai Lion Air dapat mampu meberikan rasa yang lebih puas bagi pelanggan Maskapai Lion Air atas kenyataan atau kinerja yang diberikan oleh Maskapai Lion Air.
2. Disarankan Maskapai Lion Air mempertahankan aspek Maskapai Lion Air yaitu keberangkatannya tepat waktu, karyawan Maskapai Lion Air menanggapi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan tepat waktu sesuai dengan yang diinginkan, petugas Maskapai Lion Air memberikan informasi yang lengkap pada penumpang, bertanggung jawab terhadap keamanan barang dan keselamatan jiwa penumpang, karyawan tempat Maskapai Lion Air menunjukkan perhatian secara individual keramahan, murah senyum kepada pelanggan, pelayanannya ramah dan sopan, dan petugas Maskapai Lion Air memberikan kesan yang baik kepada penumpang. Dengan demikian, maka Maskapai Lion Air dapat mampu memberikan rasa yang lebih puas bagi pelanggan Maskapai Lion Air atas kenyataan atau kinerja yang diberikan oleh Maskapai Lion Air.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Sakti Adji, 2012, Passenger Perception on Airport Terminal Facilities Performance (Case Study: Soekarno-Hatta International Airport, Indonesia). *International Journal of Engineering & Technology IJET-IJENS, Vol: 12 No: 02.*
- Andreson, EW, dan Fournell. 1997. Sebuah Kepuasan Pelanggan Prospektus Research. Dalam RT Rust dan RL Oliver (eds.) *Journal.*
- Cuang-His Yu, Hsiu-Chen Chang, dan Gow-Liang Huang, 2006, “*A Study of Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Taiwanese Leisure Industry*,” *The Journal of Academy of Business, Cambridge** Vol. 9 *Num.1.
- Engel, James, F, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta.
- Fandy, Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-1, Andi Offset, Yogyakarta.
- _____, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi ke-2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Gaspersz, V. 1997a. *MANAJEMEN KUALITAS DALAM INDUSTRI JASA*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- Han-Cen, Huang, 2013, Measuring the Service Quality of Community Development Associations Using Importance-Performance Analysis, *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* e-ISSN: 2278-487X. Volume 8, Issue 5 (Mar. - Apr. 2013), PP 59-63.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Edisi Keenam, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- _____, Alih Bahasa Teguh, Hendra, dkk., 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid Satu, Jakarta : Prenhallindo.
- _____, Alih Bahasa Teguh, dkk., 2005, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid Dua, Jakarta : Prenhalindo.
- Latu, T.M, Everett, A.M. (2000). *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches*, Departement of Conservation, Wellington, New Zealand.
- Magal, Simha R. dan Levenburg, Nancy M. (2005) 'Using importance performance analysis to evaluate e-business strategies among small businesses', *Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Science*.
- Majid, Muhammad, 2011, Analisis Kualitas Pelayanan Maskapai Penerbangan *Low Cost Carrier* dan Kepuasan Penumpang Serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Penumpang di Bandar Udara Adisutjipto Yogyakarta), *Tesis*, Program Pascasarjana Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Martilla, dan James, J.C., (1977), Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing* 41, 13-17
- Murdifin Haming, dan Mahfudz Nurnajamudidin, *Manajemen Produksi Modern " Operasi Manufaktur dan Jasa "*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), hal. 17.

- Nasution, M.N., 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) Edisi Kedua*. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Prawiro Sentono, Suryadi. *Manajemen oprasi analisis dan Study Kasus*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.
- Resohadiprojjo, Sukanto dan Indriyo Gitosudarmo, 1997. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Rosady Ruslan, 2004, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Singgih Santoso, 2005, *Menguasai Statistik di Era Informasi*, PT. Elek Media Komputindo, Jakarta.
- Sri Rahayu, 2005, *SPSS Versi 12.00, Dalam Riset Pemasaran*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Tse. O.K., dan P. e. Wilton. 1988. "Models of Consumer Satisfaction Formation: AnExtention". *Journal of Marketing Research*. Vol. 25. May.
- Yamit, Zulian, 1998. *Manajemen Persediaan*. Yogyakarta : Penerbit Ekonisia. Fakultas Ekonomi UII.
- _____, 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Ekonisia. Fakultas Ekonomi UII.

