

Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan dengan Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* pada Rumah Makan Ayam Ingkung Lastri

WAHYU YUDHA PRATAMA, YUNIAR

Institut Teknologi Nasional Bandung
Email: Wahyu Yudha Pratama

Received DD MM YYYY | Revised DD MM YYYY | Accepted DD MM YYYY

ABSTRAK

Rumah makan Ayam Ingkung Lastri merupakan bidang usaha kuliner yang menyediakan masakan ayam kampung berkuah santan khas Jawa yang terkenal di daerah Jawa Tengah dan Jawa Timur. Rumah makan Ayam Ingkung Lastri berdiri pada tahun 2019 yang berawal dari pemilik memiliki hobi memasak dan menjualnya secara online hingga membangun rumah makan sendiri berlokasi di Cimahi Tengah. Terdapat masalah pada rumah makan ini yaitu kalah persaingan dengan rumah makan lain disekitarnya dan berkurangnya pengunjung rumah makan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perbaikan untuk peningkatan kualitas pelayanan dengan menganalisis hasil kuesioner persepsi dan ekspektasi yang dibagikan kepada pelanggan. Pengolahan data menggunakan metode service quality dan importance performance analysis (IPA). Metode service quality untuk menganalisis kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi pelanggan. Bila nilai kesenjangan antara persepsi dan ekspektasi bernilai negatif maka persepsi atribut tersebut tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Metode importance performance analysis (IPA) untuk menganalisis prioritas atribut yang akan dilakukan perbaikan. Setelah didapat prioritas atribut perbaikan dilakukan analisis perbaikan dengan tree diagram agar didapat akar permasalahan tiap atribut serta solusi terbaik yang dapat dilakukan. Hasil dari penelitian ini adalah solusi terbaik dari hasil analisis perbaikan tree diagram pada rumah makan Ayam Ingkung Lastri.

Kata kunci: Service Quality, Importance Performance Analysis

ABSTRACT

Ayam Ingkung Lastri restaurant is a culinary business that provides native chicken dishes with Javanese coconut milk sauce which is well-known in Central Java and East Java. Ayam Ingkung Lastri restaurant was founded in 2019 which started from the owner having a hobby of cooking and selling it online to building his own restaurant located in Central Cimahi. There are problems with this restaurant, namely losing competition with other restaurants around it and decreasing restaurant visitors. The purpose of this study was to analyze improvements to improve service quality by analyzing the results of the perception and expectation

questionnaires distributed to customers. Data processing uses service quality and importance performance analysis (IPA) methods. Service quality method to analyze the gap between customer perceptions and expectations. If the value of the gap between perception and expectation is negative, then the perception of the attribute is not as expected by the customer. The importance performance analysis (IPA) method is used to analyze the priority of attributes that will be repaired. After obtaining the priority of improvement attributes, a repair analysis is carried out with a tree diagram in order to obtain the root cause of each attribute and the best solution that can be done. The results of this study are the best solution from the analysis of the tree diagram improvement at the Ayam Ingkung Lastri restaurant.

Keywords: Service Quality , Importance Performance Analysis

1. PENDAHULUAN

Pangan merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yang perlu dipenuhi, sehingga perkembangan industri kuliner semakin tumbuh diberbagai daerah di Indonesia salah satunya Cimahi. Dalam bidang usaha kuliner selain produk yang ditawarkan jasa pelayanan merupakan hal terpenting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Rangkuti (2006) Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tidak kasat mata dari suatu pihak ke pihak lain. Menurut Sinambela (2008), pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Rumah makan Ayam Ingkung Lastri merupakan salah satu industri kuliner makanan yang terletak di Jl. Dustira No.99, Baros, Kecamatan Cimahi Tengah, Kota Cimahi, Jawa Barat. Rumah makan Ayam Ingkung Lastri merupakan bidang usaha kuliner yang menyediakan masakan ayam kampung berkuah santan khas Jawa yang terkenal di daerah Jawa Tengah dan Jawa Timur. Rumah makan ini pun menyediakan jasa pengantaran untuk daerah Bandung, Cimahi, Padalarang, dan area DKI Jakarta. Jasa pengantaran untuk diluar Cimahi dan Bandung akan dikirim dalam bentuk *frozen food*. Rumah makan Ayam Ingkung Lastri terdapat beberapa keluhan dari konsumen yaitu pengiriman makanan yang tidak sesuai estimasi yang diberikan, produk yang tidak sesuai pesanan, lahan parkir yang kurang luas, dan lain-lain. Bila masalah tersebut dihiraukan akan berdampak buruk bagi rumah makan Ayam Ingkung Lasti seperti berkurangnya pendapatan perusahaan, berkurangnya reputasi, dan lain-lain. Oleh karena itu perlu dilakukan penelitian analisis perbaikan pada rumah makan Ayam Ingkung Lastri untuk peningkatan jasa pelayanan. Metode yang akan digunakan penelitian ini adalah *service quality* dan *importance performance analysis* dengan bantuan *tree diagram* untuk menganalisis perbaikan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis perbaikan untuk peningkatan kualitas pelayanan dengan menganalisis hasil kuesioner persepsi dan ekspektasi yang dibagikan kepada pelanggan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian berisikan mengenai tahapan dalam penyusunan laporan.

2.1 IDENTIFIKASI DIMENSI KUALITAS PELAYANAN

Dimensi kualitas pelayanan yang digunakan berdasarkan lima dimensi menurut Parasuraman (1990), yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*.

2.2 IDENTIFIKASI KUALITAS PELAYANAN

Setelah menentukan dimensi kualitas pelayanan dilanjutkan dengan identifikasi atribut kualitas pelayanan. Atribut kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan penelitian terdahulu yaitu

Jimmy dan Sugiono (2013), Eva (2018), dan Reza (2015). Atribut ditentukan dengan cara memilih pernyataan-pernyataan pada penelitian terdahulu yang paling sesuai dengan permasalahan pada latar belakang.

2.3 PERANCANGAN KUESIONER

Tahap ini berisikan mengenai perancangan kuesioner. Tipe pertanyaan yang digunakan untuk kuesioner adalah tipe pertanyaan tertutup agar memudahkan pelanggan untuk menentukan jawaban dengan memilih opsi jawaban yang telah dibuat. Skala alat ukur yang digunakan adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2012) skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

2.7 IDENTIFIKASI KARAKTERISTIK RESPONDEN

Terdapat dua karakteristik responden untuk penelitian ini yaitu Konsumen yang pernah membeli produk di rumah makan Ayam Ingkung Lastr Cimahi Tengah minimal pembelian satu produk dan konsumen yang membeli produk di rumah makan Ayam Ingkung Lastr Cimahi Tengah dengan umur antara 12 tahun hingga 40 tahun.

2.8 PENENTUAN TEKNIK *SAMPLING*

Menurut Sugiyono (2001), teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik *sampling purposive* dipilih karena didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai hubungan yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

2.9 PENENTUAN UKURAN *SAMPLING*

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan di rumah makan Ayam Ingkung Lastr. Penentuan ukuran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{e^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5(1-0.5)}{0.1^2}$$
$$n = 96.04$$

Karena nilai p tidak diketahui maka diganti dengan nilai estimasi tertinggi yaitu 0.5. Berikut perhitungan jumlah responden pada penelitian ini dengan *margin of error* 10% dan tingkat kepercayaan 95%

2.10 PENYEBARAN KUESIONER (TAHAP 1)

Atribut didalam kuesioner sesuai dengan metode *service quality* yang dipilih yaitu reliabilitas (*reliability*), data tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangible*). Jumlah responden penyebaran kuesioner tahap 1 penelitian ini sebanyak 30 responden sesuai dasar statistik yaitu sampel minimum lebih besar sama dengan 30 ($n \geq 30$). Penyebaran kuesioner tahap 1 ini dilakukan untuk pengujian validitas dan reliabilitas. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada pelanggan yang berada di rumah makan Ayam Ingkung Lastr.

2.11 UJI VALIDITAS

Pengujian awal pada data kuesioner adalah uji validitas. Syarat data yang valid adalah bila nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$). Uji validitas bertujuan untuk mengetahui keakuratan dari pertanyaan-pertanyaan yang telah disebarkan. Penelitian ini untuk uji validitas dilakukan dengan *software* SPSS untuk mengetahui nilai r_{hitung} .

2.12 UJI RELIABILITAS

Pengujian selanjutnya untuk data kuesioner adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui hasil data yang telah disebarkan telah reliabel atau data tersebut konsisten dalam mengukur sesuatu yang sama dari beberapa responden. Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha* yaitu alat ukur dikatakan reliabel jika koefisien alpha lebih besar dari 0,70. Data yang reliabel jika r_{hasil} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{\text{hasil}} > r_{\text{tabel}}$). Perhitungan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *microsoft excel* dan *software SPSS* untuk penelitian ini.

2.13 PENYEBARAN KUESIONER (TAHAP 2)

Setelah kuesioner telah dikatakan valid dan reliabel, kuesioner dibagikan kembali pada responden untuk pengolahan data penelitian. Jumlah responden untuk penyebaran kuesioner tahap 2 sebanyak 100 responden sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan yaitu minimal sebanyak 97 responden.

2.14 PERHITUNGAN GAP

Perhitungan gap dilakukan untuk mencari nilai gap tiap atribut persepsi dan ekspektasi. Nilai gap ditentukan dengan cara nilai rata-rata atribut persepsi dikurangi nilai rata-rata atribut ekspektasi. Jika hasil tersebut bernilai negatif maka terdapat gap pada atribut tersebut dan jika hasil bernilai positif maka atribut tersebut sudah cukup memuaskan pelanggan.

2.15 PERHITUNGAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Perhitungan ini bertujuan untuk mengetahui atribut apa saja yang dianggap penting bagi konsumen. Terdapat 2 variabel dalam perhitungan ini yaitu X dan Y. Sumbu mendatar X merupakan tingkat kinerja dan sumbu tegak Y merupakan tingkat kepentingan. Setiap atribut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan nilai Y merupakan rata-rata dari rata-rata *score* kepentingan seluruh atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruh atribut dan variabel digambarkan dalam diagram *kartesi* dengan bantuan *software SPSS*.

2.16 ANALISIS

Analisis dilakukan pada perhitungan GAP dan *importance performance analysis* dengan bantuan *tree diagram*. Analisis perhitungan GAP (analisis *service quality*) untuk mengetahui atribut-atribut mana yang terdapat gap dan atribut mana yang telah memuaskan pelanggan. Analisis *importance performance analysis* untuk mengetahui atribut mana yang perlu diperbaiki, dihilangkan, dan ditingkatkan. *Tree diagram* untuk menganalisis perbaikan pada rumah makan Ayam Ingkung Lastri.

2.17 KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan didapat dari hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan untuk menyimpulkan segala sesuatu yang telah didapat dan saran yang terbaik diberikan untuk rumah makan Ayam Ingkung Lastri yang didasari dengan penelitian yang telah dilakukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan pengolahan data, berikut rekapitulasi atribut pernyataan kuesioner yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi Atribut Pernyataan Kuesioner

No Atribut	Pernyataan
A1	Perlengkapan rumah makan seperti meja, kursi, perlengkapan makan dan minum bersih.

Tabel 1. Rekapitulasi Atribut Pernyataan Kuesioner (lanjutan)

No Atribut	Pernyataan
A2	Kemudahan tempat parkir.
A3	Ruangan tempat makan yang nyaman.
A4	Toilet bersih dan nyaman.
A5	Karyawan berpakaian rapi.
A6	Kemudahan akses lokasi rumah makan.
A7	Karyawan cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan.
A8	Karyawan bertanggung jawab bila terjadi kesalahan dalam pemilihan menu yang dipesan pelanggan.
A9	Karyawan membantu konsumen yang ragu dalam melakukan pemesanan.
A10	Karyawan menguasai tentang produk yang dijual.
A11	Keramahan dan kesopanan Karyawan dalam melayani pelanggan.
A12	Keamanan dari kehilangan barang terjamin.
A13	Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi pembayaran kepada karyawan.
A14	Kejujuran karyawan saat bekerja.
A15	Nilai struk pembayaran sesuai dengan produk yang dipesan pelanggan.
A16	Produk yang disajikan sesuai dengan yang dipesan pelanggan.
A17	Waktu yang dibutuhkan untuk membuat pesanan cepat.
A18	Kemudahan dalam bertransaksi seperti terdapat pembayaran non-tunai
A19	Produk terjamin kualitasnya.
A20	Karyawan sabar dalam melayani pelanggan.
A21	Karyawan mampu memahami keinginan konsumen dengan baik.
A22	Karyawan mau mendengarkan keluhan konsumen.
A23	Karyawan menanggapi dengan baik keluhan yang diberikan konsumen.
A24	Kemudahan menghubungi via telepon.
A25	Ketersediaan kontak saran.

Dilakukan dua pengujian terlebih dahulu untuk data yang telah dikumpulkan. Pengujian pertama yaitu melakukan uji validitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *software Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) 25. Uji validitas dilakukan dengan membagikan kuesioner ke 30 responden. Berikut perhitungan uji validitas persepsi dan ekspektasi yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Tabel 2. Uji Validitas Persepsi

No. atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
A1	0.673	0.361	Valid
A2	0.466	0.361	Valid
A3	0.743	0.361	Valid
A4	0.679	0.361	Valid
A5	0.768	0.361	Valid
A6	0.633	0.361	Valid
A7	0.755	0.361	Valid
A8	0.601	0.361	Valid

Tabel 2. Uji Validitas Persepsi (lanjutan)

No. atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
A9	0.480	0.361	Valid
A10	0.807	0.361	Valid
A11	0.686	0.361	Valid
A12	0.668	0.361	Valid
A13	0.635	0.361	Valid
A14	0.566	0.361	Valid
A15	0.825	0.361	Valid
A16	0.613	0.361	Valid
A17	0.664	0.361	Valid
A18	0.603	0.361	Valid
A19	0.719	0.361	Valid
A20	0.650	0.361	Valid
A21	0.618	0.361	Valid
A22	0.652	0.361	Valid
A23	0.519	0.361	Valid
A24	0.575	0.361	Valid
A25	0.600	0.361	Valid

Tabel 3. Uji Validitas Ekspektasi

No. atribut	r hitung	r tabel	Keterangan
A1	0.835	0.361	Valid
A2	0.846	0.361	Valid
A3	0.817	0.361	Valid
A4	0.741	0.361	Valid
A5	0.843	0.361	Valid
A6	0.796	0.361	Valid
A7	0.801	0.361	Valid
A8	0.837	0.361	Valid
A9	0.780	0.361	Valid
A10	0.869	0.361	Valid
A11	0.840	0.361	Valid
A12	0.882	0.361	Valid
A13	0.863	0.361	Valid
A14	0.850	0.361	Valid
A15	0.847	0.361	Valid
A16	0.876	0.361	Valid
A17	0.751	0.361	Valid
A18	0.767	0.361	Valid
A19	0.782	0.361	Valid
A20	0.693	0.361	Valid
A21	0.739	0.361	Valid
A22	0.769	0.361	Valid
A23	0.794	0.361	Valid
A24	0.660	0.361	Valid
A25	0.607	0.361	Valid

Berdasarkan tabel diatas didapat kesimpulan data semua atribut dinyatakan valid. Pengujian kedua yaitu melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas dilakukan dengan *software Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) 25 untuk menghitung *Alpha Cronbach*. Ketentuan *Alpha Cronbach* adalah lebih besar sama dengan 0.70. Berikut perhitungan uji reliabilitas persepsi dan ekspektasi yang dapat dilihat pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Persepsi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,941	25

Tabel 5. Uji Reliabilitas Ekspektasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,975	25

Berdasarkan tabel diatas didapat kesimpulan data semua atribut dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha* lebih besar sama dengan 0.7. Setelah kedua pengujian telah valid dan reliabel dilanjutkan dengan perhitungan *service quality*. Perhitungan *service quality* dilakukan untuk mengukur atribut yang memiliki kesenjangan antara ekspektasi pelanggan dengan persepsi pelanggan. Berikut perhitungan gap pada *service quality* yang dapat dilihat pada Tabel 5.

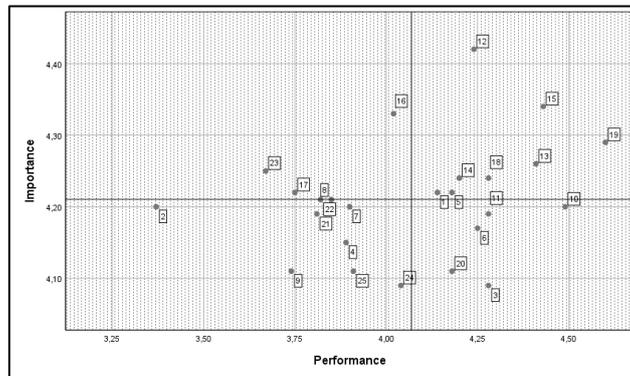
Tabel 6. Perhitungan Gap

No	Atribut	Persepsi		Ekspektasi		Gap	Rank
		Jumlah	Rata-rata	Jumlah	Rata-rata		
1	A1	414	4,140	422	4,220	-0,080	11
2	A2	337	3,370	420	4,200	-0,830	23
3	A3	428	4,280	409	4,090	0,190	3
4	A4	389	3,890	415	4,150	-0,260	14
5	A5	418	4,180	422	4,220	-0,040	9
6	A6	425	4,250	417	4,170	0,080	6
7	A7	390	3,900	420	4,200	-0,300	15
8	A8	385	3,850	421	4,210	-0,360	17
9	A9	374	3,740	411	4,110	-0,370	18
10	A10	449	4,490	420	4,200	0,290	2
11	A11	428	4,280	419	4,190	0,090	5
12	A12	424	4,240	442	4,420	-0,180	12
13	A13	441	4,410	426	4,260	0,150	4
14	A14	420	4,200	424	4,240	-0,040	9
15	A15	443	4,430	434	4,340	0,090	5
16	A16	402	4,020	433	4,330	-0,310	16
17	A17	375	3,750	422	4,220	-0,470	21
18	A18	428	4,280	424	4,240	0,040	8
19	A19	460	4,600	429	4,290	0,310	1
20	A20	418	4,180	411	4,110	0,070	7

Tabel 6. Perhitungan Gap (lanjutan)

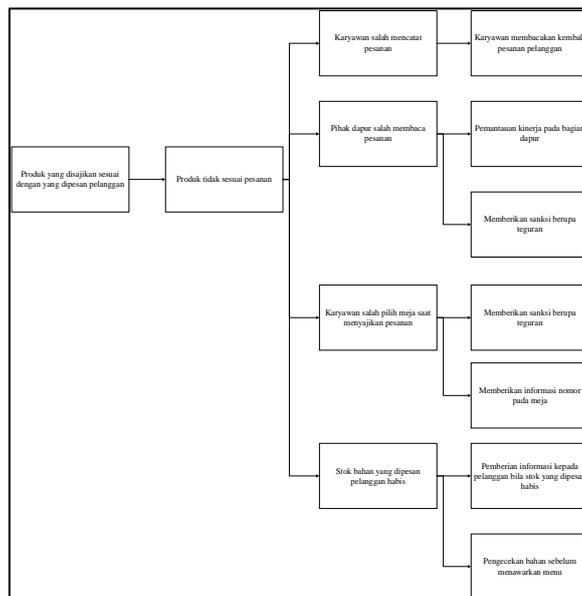
No	Atribut	Persepsi		Ekspektasi		Gap	Rank
		Jumlah	Rata-rata	Jumlah	Rata-rata		
21	A21	381	3,810	419	4,190	-0,380	19
22	A22	382	3,820	421	4,210	-0,390	20
23	A23	367	3,670	425	4,250	-0,580	22
24	A24	404	4,040	409	4,090	-0,050	10
25	A25	391	3,910	411	4,110	-0,200	13

Setelah dilakukan perhitungan gap dilanjutkan dengan perhitungan *importance performance analysis*. *Importance Performance Analysis* dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja yang perlu ditunjukkan kepada perusahaan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Identifikasi dilakukan dengan diagram kartesius dari data nilai persepsi dan ekspektasi yang diperoleh dari metode *service quality* sebelumnya. Berikut perhitungan *importance performance analysis* dengan diagram *kartesius* yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Kartesius

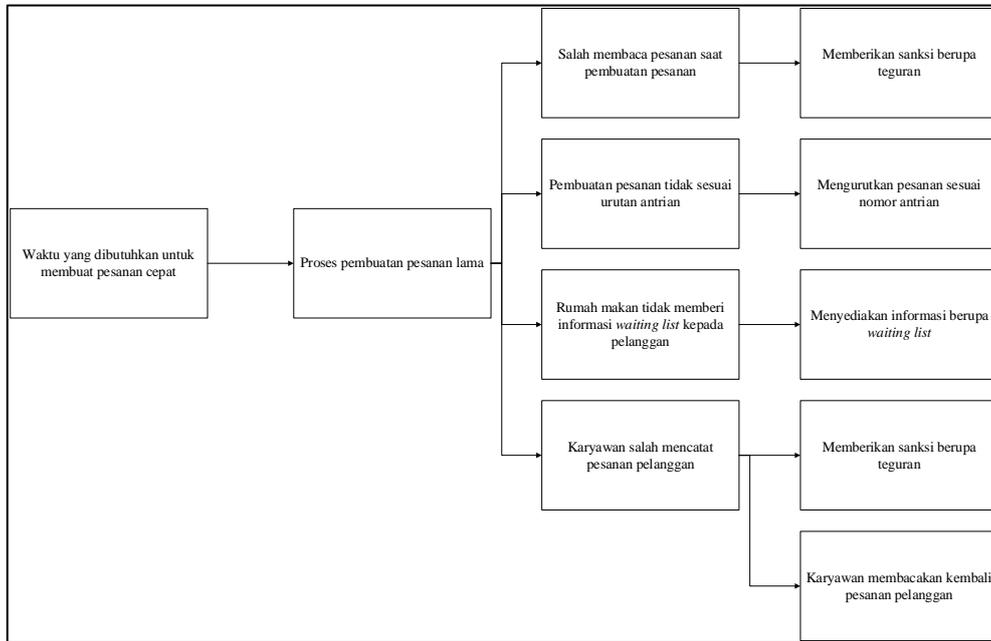
Setelah diketahui prioritas yang perlu dilakukan perbaikan dilanjutkan dengan menganalisis perbaikan. Analisis perbaikan dilakukan dengan *tree diagram* pada atribut yang berada pada kuadran I yaitu A16, A17, dan A23. Berikut analisis perbaikan yang dapat dilihat pada Gambar 2, 3, dan 4.



Gambar 2. Analisis Perbaikan Atribut A16

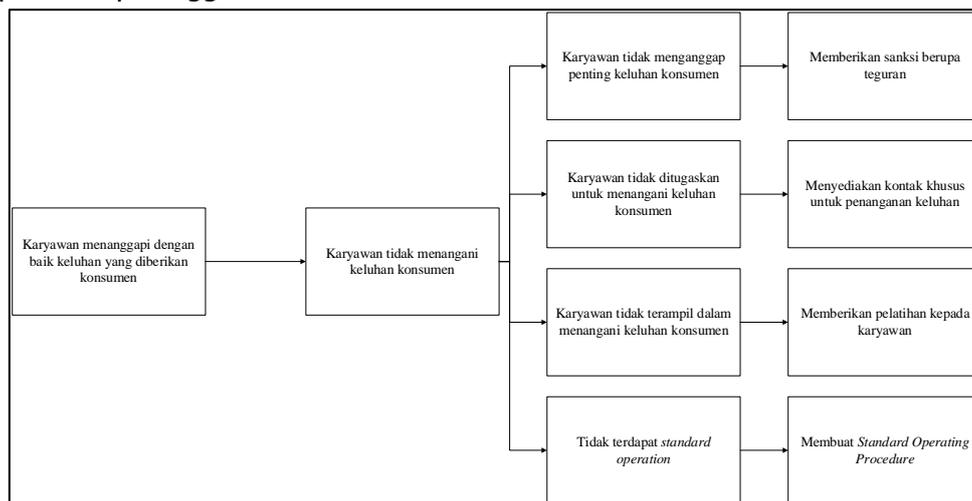
Analisis Perbaikan Kualitas Pelayanan dengan Metode *Service Quality* dan *Importance Performance Analysis* (IPA) pada Rumah Makan Ayam Ingkung Lastru

Berdasarkan gambar diatas perbaikan untuk atribut A16 (produk yang disajikan sesuai dengan yang dipesan pelanggan) yaitu karyawan membacakan kembali pesanan pelanggan, pemantauan kinerja pada bagian dapur, memberikan sanksi berupa teguran, memberikan informasi nomor pada meja, pemberian informasi kepada pelanggan bila stok yang dipesan habis, dan pengecekan bahan sebelum menawarkan menu.



Gambar 3. Analisis Perbaikan Atribut A17

Berdasarkan gambar diatas perbaikan untuk atribut A17 (waktu yang dibutuhkan untuk membuat pesanan cepat.) yaitu memberikan sanksi berupa teguran, mengurutkan pesanan sesuai nomor antrian, menyediakan informasi berupa *waiting list*, dan karyawan membacakan kembali pesanan pelanggan.



Gambar 4. Analisis Perbaikan A23

Berdasarkan gambar diatas perbaikan untuk atribut A23 (karyawan menanggapi dengan baik keluhan yang diberikan konsumen) yaitu memberikan sanksi berupa teguran, menyediakan kontak khusus untuk penanganan keluhan, memberikan pelatihan kepada karyawan, dan membuat *standard operating procedure*.

4. KESIMPULAN

Terdapat 3 atribut kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki pada rumah makan Ayam Ingkung Lastri yaitu A16, A17, dan A23. Analisis perbaikan pada atribut A16 yaitu dilakukan pemeriksaan ulang pesanan pelanggan, pengawasan karyawan saat menyajikan pesanan pelanggan, dan mengatur waktu penyajian pesanan pelanggan. Analisis perbaikan pada atribut A17 yaitu mengorganisir peralatan memasak, menambah karyawan pada bagian dapur, dan menyiapkan bahan dan alat sebelum pesanan diterima. Analisis perbaikan pada A23 yaitu pemantauan karyawan saat bekerja, menyediakan karyawan khusus melayani keluhan pelanggan, dan memberikan pelatihan pada karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

Freddy, R. (2006). *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jimmy, S dan Sugiyono, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran PETRA Vol. 1, No. 2, 2013*.

Parasuraman. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: The Free Press.

Ramadhan, Reza. (2015). *Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan di Stasiun PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi II Bandung Menggunakan Metode Servqual* (Skripsi). Fakultas Teknologi Industri Institut Teknologi Nasional, Bandung.

Sinambela. (2008). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Zuraidah, Eva. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji Dengan Metode Servqual (Service Quality). *Jurnal PSOSISKO Vol.5 No. 2 September 2018*.