

PENGARUH AKURASI PELAYANAN, KENYAMANAN, KERAMAHAN DAN KETELITIAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Jasman*¹

¹Universitas Ibnu Sina, JL. Teuku Umar, Lubuk Baja, Batam

¹Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Batam

e-mail: *1Jasmananjas67@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai keterkaitan antara variabel bebas yaitu; akurasi pelayanan (X1), kenyamanan (X2), keramahan (X3), dan ketelitian (X4) dengan variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) Central Division PT. Adya Tirta Batam, baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan Central Division PT. Adya Tirta Batam yang pada bulan Januari berjumlah ± 400 orang. Dalam penelitian ini tidak diadakan klasifikasi perbedaan pegawai berdasarkan jenis atau status golongan, kedua jenis kepegawaian tersebut mempunyai perlakuan yang sama. Sampel diambil dengan menggunakan teknik accidental (kebetulan). Dengan menggunakan rumus Slovin diperoleh sampel sebanyak 80 orang. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif yang signifikan akurasi pelayanan (X1), kenyamanan (X2), keramahan (X3), dan ketelitian (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) yang ditunjukkan oleh nilai Fhitung sebesar 60,237. Nilai ini jauh lebih kecil dari pada nilai Fhitung pada taraf signifikansi alpha 0,05 yaitu 2,50, atau $F = 60,237 < F_{0,05(4:75)} = 2,50$. Pola hubungan keempat variabel yang dinyatakan oleh persamaan regresi ganda $= -10,382 + 0,374X1 + 0,210X2 + 0,315X3 + 0,584X4$. Sebelumnya berdasarkan uji validitas dan reliabilitas, semua instrumen memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Jika dihitung per variabel, maka variabel yang paling banyak berpengaruh adalah variabel keramahan yaitu memiliki koefisien determinasi sebesar 55,1%. Hal ini berarti keramahan merupakan faktor yang paling mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Kata

Kata Kunci— *Evaluasi, Program Pembelajaran, PDTTO, CIPP*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan era industri 4.0 ini, pelayanan merupakan elemen utama di Perusahaan. Perusahaan dituntut untuk memberikan pelayanan yang memenuhi standar pelayanan yang optimal. Hal tersebut sebagai akuntabilitas Perusahaan supaya mampu bersaing dengan Perusahaan lainnya.

Hakikat dasar dari Perusahaan adalah pemenuhan kebutuhan dan tuntutan pelanggan yang mengharapkan penyelesaian masalah nya pada Perusahaan. Pelanggan memandang bahwa hanya Perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sebagai upaya penyelesaian dan pemulihan atas masalah yang dialaminya. Pelanggan mengharapkan pelayanan yang siap, cepat, tanggap dan nyaman terhadap keluhan masalah di pelanggan. Dalam memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut, pelayanan prima menjadi utama dalam pelayanan di Perusahaan. Pelayanan di Perusahaan akan tercapai jika seluruh SDM Perusahaan mempunyai ketrampilan khusus, diantaranya memahami keluhan secara mendalam, berpenampilan menarik, bersikap ramah dan bersahabat, responsif (peka) dengan pelanggan, menguasai pekerjaan, berkomunikasi secara efektif dan mampu menanggapi keluhan pelanggan secara profesional.

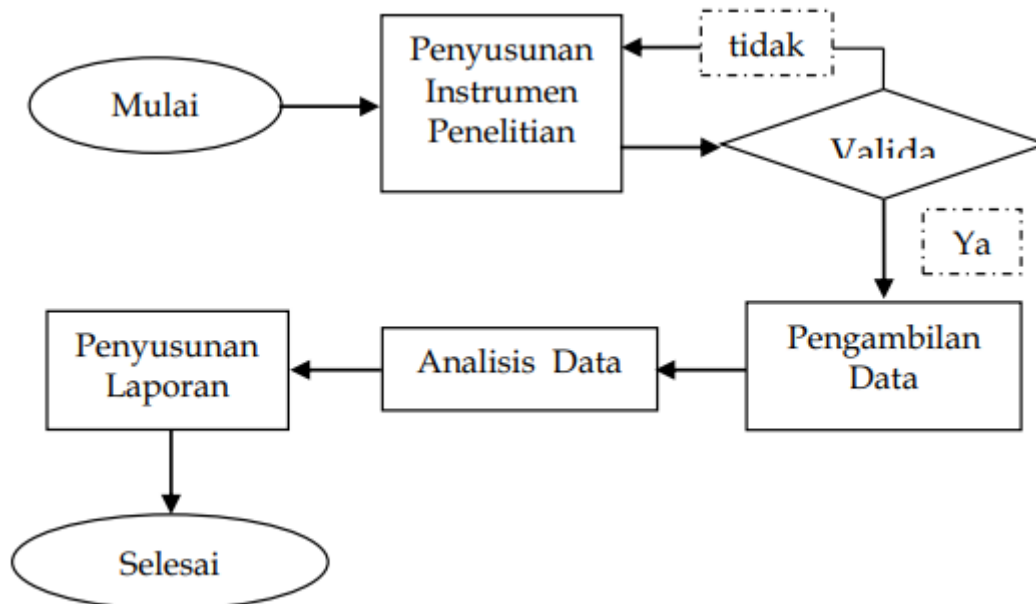
Di Perusahaan, sumberdaya yang paling banyak menyumbang sebagai pendukung kepuasan kepada pelanggan, salah satunya adalah Pegawai. Pegawai memberikan pengaruh besar untuk menentukan kualitas pelayanan. Pegawai sebagai ujung tombak pelayanan terhadap pelanggan dan keluarganya di Perusahaan, karena frekuensi pertemuannya dengan pelanggan yang paling sering.

Oleh sebab itu, tercapainya mutu pelayanan yang baik memerlukan upaya yang sungguh-sungguh dari berbagai pihak, dalam hal ini kerjasama dari setiap unit yang terkait mengambil peran yang sangat penting. Kualitas pelayanan yang baik tidak cukup hanya dicapai, tetapi juga dipelihara dan dipertahankan (quality assurance) mengingat adanya pergeseran kebutuhan, harapan dan keinginan pelanggan dan berbagai pihak yang berkepentingan. Karena itu, mutu pelayanan prima khususnya pelayanan di Perusahaan, seharusnya merupakan suatu kegiatan yang berkelanjutan untuk memantau kualitas layanan yang diberikan, dalam bentuk kewajaran pegawai yang diberikan terhadap pelanggan disertai upaya untuk senantiasa meningkatkan pola Pegawai dan mencari pemecahan atas masalah-masalah pelayanan atau Pegawai yang terjadi.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif untuk mengeksplorasi, menggambarkan, dengan tujuan untuk menjelaskan dan memprediksi suatu gejala berdasar data dari lapangan (Sukardi, 2014: 14). Penelitian ini dikatakan penelitian deskriptif karena peneliti ingin mengetahui pelaksanaan program pembejajaran PDTO di SMK Negeri 1 Sedayu.

A. Prosedur Penelitian



Gambar 1. Diagram alur pelaksanaan penelitian

B. Subjek Penelitian

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Central Division PT. Adya Tirta Batam yang beralamat di kawasan Muka kuning sei. beduk - Kota Batam

2. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh Pelanggan Kantor Central Division PT. Adya Tirta Batam yang pada bulan Januari berjumlah ± 400 orang. Dalam penelitian ini tidak diadakan klasifikasi perbedaan pegawai berdasarkan jenis atau status golongan, kedua jenis kepegawaian tersebut mempunyai perlakuan yang sama. ”. Sedangkan Sampel diambil dengan menggunakan teknik *accidental* (kebetulan). Menurut Slovin (1960) dalam Riduwan (2005: 65) ukuran sampel suatu populasi dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

n = sampel;

N = populasi;

d = nilai presisi 95% atau sig. = 0,05.

Dari populasi 400 orang pegawai, dengan menggunakan rumus tersebut maka jumlah sample yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{400}{400(0,10)^2 + 1} = 80$$

Jadi jumlah sampel terpilih sebanyak 80 orang.

C. Instrumen Penelitian

Untuk memperoleh data empiris mengenai variabel yang diamati, dalam penelitian ini digunakan seperangkat instrumen berbentuk angket (kuesioner). Kuesioner digunakan untuk menghimpun informasi mengenai akurasi pelayanan, kenyamanan, keramahan, ketelitian, dan kepuasan pelanggan. Konsepsi yang mendasari penyusunan instrumen bertolak dari indikator-indikator variabel penelitian yang diturunkan dari dimensi yang berlandaskan teori masing-masing variabel yang telah dibangun. Selanjutnya dari indikator atau kisi-kisi tersebut dijabarkan menjadi beberapa butir pertanyaan/pernyataan, sesuai dengan kandungan makna yang terkandung dalam indikator tersebut.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis pergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Studi Kepustakaan.

Yaitu teknik pengumpulan data yang sifatnya teoritis yang berhubungan dengan bidang yang sedang penulis teliti, baik berupa buku, surat kabar, majalah maupun peraturan-peraturan.

2. Studi Lapangan.

Yaitu dengan meninjau secara langsung objek yang akan diteliti, yaitu Kantor Central Division PT. Adya Tirta Batam. Adapun teknik pengumpulan data terdiri dari :

a. Observasi, yaitu melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang diselidiki. Dalam hal ini melakukan pengamatan terhadap Akurasi pelayanan, kenyamanan, keramahan, ketelitian dan kepuasan Pelanggan pada Kantor Perusahaan Central Division PT. Adya Tirta Batam.

b. Wawancara, yaitu sejumlah daftar pertanyaan yang disusun dalam bentuk tulisan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan kepada responden.

Dalam hal ini penulis melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak-pihak yang dapat memberikan informasi secara langsung serta relevan dengan permasalahan yang penulis teliti, yaitu pelanggan Central Division PT. Adya Tirta Batam.

c. Angket, yaitu sejumlah daftar pertanyaan yang disusun dalam bentuk tulisan untuk mendapatkan data yang diperlukan penulis dari jawaban responden secara tertulis, adapun jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup, yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih. Jawaban setiap item diukur menurut skala likert yaitu skala yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai angka negatif. Skala Likert menurut Sugiyono (2008:86) adalah sebagai berikut: "Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial". Angket disebarkan kepada responden dan diberi waktu untuk mengisi dengan jawaban yang sudah tersedia. Angket ini diperuntukkan sebagai sumber data yang dapat dijadikan bahan analisa data. Dalam pengumpulan data melalui angket ini, ada beberapa hal yang perlu dijelaskan yaitu :

1) Bentuk angket adalah bersifat tertutup, yaitu pilihan jawaban atas pertanyaan yang diajukan telah ditentukan penulis.

2) Penulis memilih alternatif jawaban ke dalam pilihan dengan bentuk gradasi lima, yaitu;

a. Jawaban A dengan kriteria Sangat Baik / Sangat Setuju

b. Jawaban B dengan kriteria Baik / Setuju

c. Jawaban C dengan kriteria Sedang / Ragu-ragu

d. Jawaban D dengan kriteria Cukup / Tidak Setuju

e. Jawaban E dengan kriteria Tidak Baik / Sangat Tidak Setuju

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis penelitian yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan berganda. Tehnik ini digunakan untuk menjawab permasalahan yang berkaitan dengan faktor manakah yang paling dominan yang mempengaruhi kepuasan Pelanggan dan mengetahui sejauh mana variabel bebas yang diduga peneliti pada awal penelitian mempengaruhi kepuasan Pelanggan.

Tabel 3.6
Bobot Penilaian Instrumen Penelitian

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu – ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Selanjutnya skor akan dijumlahkan sesuai urutan nomor pernyataan. Dalam sebuah kuesioner wajib dilakukan pengujian, adapun analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna. Analisis deskriptif ini digunakan untuk keperluan analisis selanjutnya.

2. Uji Validitas

Validitas sebagai alat pengumpul data menurut Sugiyono (2012), validitas konstruk merupakan metode yang digunakan untuk memberikan penilaian terhadap kuesioner, yaitu melalui korelasi produk moment, antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien reliabilitas

X = Skor Pernyataan

Y = Skor Total

n = Jumlah sampel

3. Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi derajat keterrgantungan dan stabilitas dari alat ukur. Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan program SPSS 16.0, kuesioner dikatakan reliable jika memberikan Cronbach Alpha > 0,60. Kriteria pengambilan keputusan:

- Suatu variabel dinyatakan reliable jika memberikan nilai cronbach Alpha > 0,60.
- Suatu variabel dinyatakan tidak reliable jika memberikan nilai cronbach Alpha < 0,60.

4. Analisis Regresi Linear Berganda Sederhana

Data penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah variabel–variabel yang berhubungan dengan hipotesis yang dirumuskan. Model dasar yang digunakan pada penelitian ini adalah :

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + e_i$$

Keterangan :

- Variabel Akurasi pelayanan (X_{1i})
- Variabel Kenyamanan (X_{2i})
- Variabel Keramahan (X_{3i})
- Variabel Ketelitian (X_{4i})
- Variabel Kepuasan Pelanggan (Y_i)

Koefisien β_1 , β_2 , dan β_3 menunjukkan nilai koefisien jangka pendek dari variabel X_{1i} , X_{2i} , dan X_{3i} . Model tersebut ditunjukkan untuk mengetahui tingkat signifikansi dan nilai elastisitas perubahan masing-masing variabel penjelas yang akan mempengaruhi kepuasan Pelanggan Perusahaan.

5. Uji Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit*nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaiknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghozali, 2009)

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009).

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya variabel – variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama – sama terhadap variabel terikatnya.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya variabel – variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama – sama terhadap variabel terikatnya.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1) Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009).

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$H_0 : \beta_0 = 0$, artinya variabel – variabel bebas secara individual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

$H_a : \beta_1 \neq 0$, artinya variabel- variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi :

1) Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2) Apabila angka probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai 1. Nilai R^2 yang kecil berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2009).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas, ternyata hipotesis alternatif yang diajukan secara signifikan dapat diterima. Adapun hasil yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengujian hipotesis menyimpulkan terdapat pengaruh positif yang signifikan akurasi pelayanan (X_1), kenyamanan (X_2), keramahan (X_3), dan Ketelitian (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} sebesar 60,237. Nilai ini jauh lebih kecil dari pada nilai F_{hitung} pada taraf signifikansi alpha 0,04 yaitu 2,40, atau $F = 60,237 < F_{0,04(4;74)} = 2,40$. Pola hubungan keempat variabel yang dinyatakan oleh persamaan regresi ganda $\hat{Y} = -10,382 + 0,374X_1 + 0,210X_2 + 0,314X_3 +$

$0,484X_4$. Persamaan ini memberikan informasi bahwa setiap perubahan satu unit nilai pada variabel bebas akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada kepuasan pelanggan.

Hasil analisis korelasi ganda diperoleh nilai koefisien korelasi ganda sebesar R_y sebesar 0,873. Nilai ini menunjukkan bahwa pengaruh akurasi pelayanan (X_1), kenyamanan (X_2), keramahan (X_3), dan Ketelitian (X_4) terhadap kepuasan pelanggan sangat tinggi. Besarnya sumbangan atau kontribusi variabel akurasi pelayanan (X_1), kenyamanan (X_2), keramahan (X_3), dan Ketelitian (X_4) secara bersama-sama dapat diketahui melalui nilai koefisien determinasi sebesar 0,763. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa lebih kurang 76,3 persen variasi perubahan kepuasan pelanggan ditentukan/dijelaskan oleh akurasi pelayanan (X_1), kenyamanan (X_2), keramahan (X_3), dan Ketelitian (X_4) secara bersama-sama dengan pola hubungan fungsionalnya seperti ditunjukkan oleh persamaan regresi tersebut di atas. Artinya jika seluruh pegawai nya diteliti tentang akurasi pelayanan, kenyamanan, keramahan, dan Ketelitian secara bersama-sama dengan kepuasan pelanggan, maka lebih kurang 76,3 persen variasi pasangan skor ketiga variabel akan mengikuti pola persamaan regresi $\hat{Y} = -10,382 + 0,374X_1 + 0,210X_2 + 0,314X_3 + 0,484X_4$. Jika dihitung per variabel, maka variabel yang paling banyak berpengaruh adalah variabel keramahan yaitu memiliki koefisien determinasi sebesar 44,1%. Hal ini berarti keramahan merupakan faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kelima hipotesis alternatif (H_a) yang diajukan dalam penelitian ini diterima, dan menolak hipotesis nol (H_0).

Beberapa kesimpulan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif yang signifikan akurasi pelayanan, kenyamanan, keramahan, dan ketelitian secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Central Division PT. Adya Tirta Batam. Dengan demikian berarti makin tinggi akurasi pelayanan dalam melayani pelanggan, makin tinggi kenyamanannya, makin tinggi keramahan petugasnya, dan makin tinggi ketelitiannya maka makin tinggi juga kepuasan pelanggan tersebut.
2. Terdapat pengaruh positif yang signifikan akurasi pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Central Division PT. Adya Tirta Batam. Dengan demikian berarti makin tinggi akurasi pelayanan dalam melayani pelanggan, maka makin tinggi juga kepuasan pelanggan tersebut.
3. Terdapat pengaruh positif yang signifikan kenyamanan terhadap kepuasan pelanggan pada Central Division PT. Adya Tirta Batam. Dengan demikian berarti makin tinggi kenyamanan terhadap pelanggan maka makin tinggi juga kepuasan pelanggan tersebut. Demikian pula sebaliknya makin rendah kenyamanan terhadap pelanggan maka makin rendah juga kepuasan pelanggan tersebut.
4. Terdapat pengaruh positif yang signifikan keramahan terhadap kepuasan pelanggan pada Central Division PT. Adya Tirta Batam. Dengan demikian berarti makin tinggi keramahan petugas dalam melayani pelanggan maka makin tinggi juga kepuasan pelanggan tersebut.
5. Terdapat pengaruh positif yang signifikan ketelitian terhadap kepuasan pelanggan pada Central Division PT. Adya Tirta Batam. Dengan demikian berarti makin tinggi ketelitian seorang pelanggan maka makin tinggi juga kepuasan pelanggan tersebut. Demikian pula sebaliknya makin rendah ketelitian seorang pelanggan, maka makin rendah juga kepuasan pelanggan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Angel, James F., Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, 2005. *Perilaku Konsumen Jilid 2 (Consumer Behavior 6th ed.)*, diterbitkan pertama oleh The Dryden Press (2003) di Indonesia diterbitkan oleh Binarupa Aksara.
- Ary, Donald, L. Ch, Yacobs and Razavich. 2009. *Introduction in Research in Education*. Sydney: Hott Rinehart and Winston.
- Donabedian, A. 1980. *The Definition of Quality and Approaches to Its Assessment*. Ann Arbor, MI: Health Administration Press.
- Gaspersz, Vincent. 2007. *Manajemen Kinerja Penerapan Konsep-Konsep Kinerja dalam Manajemen Bisnis Total*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, Vincent. 2005. *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill, 2005. *Customer Loyalty Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Erlangga, Jakarta.
- Ibrahim, Buddy. 2007. *TQM (Total Quality Management) Panduan untuk Menghadapi Persaingan Global*. Jakarta: Djambatan.
- Indarjati, A., 2001. Kepuasan Konsumen. *Pranata* No. 1 Th IV.
- Junaidi, S., 2002. Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Loudon, David L. dan Albert J. Delta Bitte. 2008. *Consumer Behavior Concept and Application*. New York: Mc.Graw-Hill.
- Moenier, H.A.S. 2008. *Manajemen Pelayanan Publik*. Jakarta: Bina Aksara.
- Muslihuddin, Adji. 1996. *Standar Profesi Fisioterapi*, Jakarta: Direktorat Jendral Rumah Sakit Umum dan Pendidikan, Depkes RI
- Pamudji S. 2004. *Profesionalisme Aparatur Negara dalam Meningkatkan Pelayanan Publik*. Jakarta: Widyapraja.
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithami and Leonard L. Barry. 2007. *Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press.
- Payne, Adrian. 2000. *The Essence Of Services Marketing, Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Andi.
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*. Yogyakarta: Andi Offset

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sunu, Pramudya. 2009. *Peranan dalam Penerapan ISO 9000*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Suprpto, J. 2009. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Tjahya, Supriyatna. *Akuntabilitas Pemerintahan dalam Administrasi Publik*. Bandung: Indra Prahara, 2000.
- Tjiptono, Fandi. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2005. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijono, Djoko. 2000. *Manajemen Mutu Pelayanan Kesehatan*. Surabaya: Airlangga University.