

**PERSEPSI NASABAH KARTU KREDIT BCA TENTANG
PELAYANAN OLEH PT.DANAMAS INSAN KREASI
ANDALAN (DIKA) CABANG BANJARMASIN**

**Masrifani
Penta Lestarini Budiati
Alfrida Luter
pentalestarini@gmail.com**

STIE NASIONAL BANJARMASIN

Abstract,

This research aims to determine customer perception of the BCA credit card services, through five service quality dimensions, namely responsiveness, reliability, assurance, empathy and tangibles.

The population in this research are all credit card customers BCA totaling 286 people, further samples are taken with a probability sampling method as many as 43 people. Further analysis of data using analysis techniques IPA (Importance-Performance Analysis).

The results showed that the general perception of the BCA credit card holders filed attributes of the five dimensions of service quality is positive, meaning that the overall expectations BCA credit card customers for the performance of services provided by PT. Andalan Danamas Insan Creative Banjarmasin Branch has been fulfilled.

*Keywords : Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy, Tangibles
And Importance-Performance Analysis*

Abstrak,

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah kartu kredit BCA tentang pelayanan, melalui lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *Responsiveness, Reliability, Assurance, Emphaty* dan *Tangibles*.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah kartu kredit BCA yang berjumlah 286 orang, selanjutnya sampel diambil dengan metode *probability sampling* sebanyak 43 orang. Selanjutnya analisa data dilakukan dengan menggunakan teknik analisa IPA (*Importance-Performance Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum persepsi nasabah kartu kredit BCA terhadap atribut-atribut yang diajukan dari lima dimensi kualitas pelayanan adalah positif, artinya secara keseluruhan harapan nasabah kartu kredit BCA atas kinerja pelayanan yang diberikan PT. Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin sudah terpenuhi.

**Kata Kunci : Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan, Empati, Bukti
Langsung Dan Importance-Performance Analysis**

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia membuat banyak perusahaan perbankan berusaha meningkatkan kompetensi dan keunggulan layanannya agar tidak tergeser oleh pesaing dari sektor yang sama. “Kegiatan utama bank adalah dengan menghimpun dana dari masyarakat untuk kemudian dapat menyalurkan dana tersebut dalam bentuk pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan pinjaman” (Kasmir, 2013: 38). Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tentu sebuah bank membutuhkan dana. Menurut Herman (2012: 43), “dana bank berasal dari berbagai sumber antara lain: dana dari modal sendiri, dana dari pinjaman, dana dari masyarakat, dan dana dari pasar finansial”. Sumber dana dari masyarakat merupakan sumber dana terbesar yang paling diandalkan oleh bank untuk melakukan kegiatan operasionalnya. Oleh karena itu, agar masyarakat berminat menabung di bank, maka pihak bank akan menawarkan banyak fasilitas yang menarik bagi nasabah seperti suku bunga, pelayanan prima, jaminan

keamanan atas tabungannya, hadiah, cabang dan ATM yang letaknya mudah dijangkau oleh masyarakat, serta balas jasa lainnya.

Crow dan Crow dalam Nuraini (2001:16) menjelaskan bahwa “faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang yaitu antara lain faktor dorongan dari dalam misalnya motivasi, persepsi, usia, sikap dan jenis kelamin, faktor motif sosial dan lain sebagainya”. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat adalah persepsi, persepsi menurut Firsan (2011: 297) adalah “pandangan seseorang dalam menafsirkan suatu peristiwa berdasarkan informasi yang diterimanya”.

Sugiarto(1999:26) :

Maka dengan itu, bank juga harus memiliki fasilitas untuk menunjang kenyamanan nasabah dalam menabung, serta melaksanakan transaksi dengan bank tersebut. Setiap bank harus dapat menyediakan berbagai macam fasilitas-fasilitas yang menunjang kelancaran dalam melakukan transaksi serta dapat memberikan tingkat kepuasan kepada mereka. Oleh karena itu tersedianya fasilitas yang memudahkan nasabah akan dapat

mempengaruhi nasabah dalam memilih bank sebagai tempat menabung.

Contohnya, kartu kredit merupakan alat pembayaran pengganti uang tunai yang dapat digunakan oleh konsumen untuk ditukarkan dengan barang dan jasa yang diinginkan di tempat-tempat yang dapat menerima pembayaran dengan menggunakan kartu kredit (*merchant*). Dibandingkan dengan jenis-jenis kredit yang ditawarkan dunia perbankan, kartu kredit merupakan jenis kredit yang paling mudah dan cepat disetujui. Selain kemudahan dalam mengajukan permohonan, kelebihan lain dari penggunaan kartu kredit adalah lingkup penggunaannya yang sangat luas, dari transaksi kecil sampai transaksi bervolume besar.

PT. DIKA menyediakan layanan pemasaran, jasa penjualan, pelayanan pelanggan dan pengembangan sumber daya manusia untuk klien eksklusif yaitu Bank Central Asia (BCA). Fokus utama dari bisnis PT DIKA adalah bagaimana memberikan nilai tambah ke dalam proses bisnis dari klien

melalui tenaga kerja yang terampil dan teknologi yang menunjang pencapaian target bisnis klien. Terdapat lima dimensi yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan yang didasarkan pada perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh nasabah, yaitu *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, *Emphaty* dan *Tangibles*. *Responsiveness* (daya tanggap/kesigapan) adalah respon/kesigapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. *Reliability* (keandalan) adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan. *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi

kepada para pelanggan/nasabah. *Tangibles* (kemampuan fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal lainnya yang bersifat fisik. Masalah pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit tapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata krama. Sementara tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui persepsi nasabah Kartu Kredit BCA tentang pelayanan PT Danamas Insan Kreasi Andalan (DIKA) Cabang Banjarmasin. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna dan masukan untuk dapat meningkatkan kinerja PT DIKA dengan melihat kondisi perilaku nasabah. Ada dua faktor utama yang

mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*Expected service*) dan pelayanan yang dipersepsikan (*Perceived service*). Bila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas dapat dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika kualitas pelayanan yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas jasa yang ideal akan tetapi bila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Jadi penilaian pelanggan mengenai kualitas pelayanan sangat bergantung pada kemampuan penyedia.

Untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya, PT Danamas Insan Kreasi Andalan (DIKA) Cabang Banjarmasin menerapkan lima dimensi utama kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman et al (Tjiptono, 2008 : 95), yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut :

1. Keandalan (*reliability*) yaitu berkaitan kemampuan penyedia layanan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
2. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pengunjung dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. Jaminan (*assurance*) yaitu berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan pegawai serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan.
4. Empati (*emphaty*) yaitu bahwa penyedia layanan memahami masalah para pengunjungnya dan bertindak demi kepentingan pengunjung, serta memberikan perhatian personal kepada para pengunjung dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti langsung (*tangibles*) yaitu berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan atau perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah kartu kredit BCA yang berjumlah 286 orang. Menurut Arikunto (2002:23), “apabila populasinya besar (lebih dari 100) dapat di ambil antara 10-15%”, berarti sampel penelitiannya sebanyak 42,9 atau dibulatkan keatas menjadi 43 orang nasabah dari jumlah populasi dengan sampel 15% dari populasi sesuai teori Arikunto dan untuk efisiensi waktu. Sampel diambil menggunakan metode *probability sampling*. Data yang diperoleh dianalisa secara deskriptif dengan menggunakan teknik analisa IPA (*Importance-Performance Analysis*).

IPA (*Importance-Performance Analysis*) adalah suatu teknik analisis yang menggambarkan kinerja sebuah merek dibandingkan dengan harapan konsumen akan kinerja yang seharusnya ada, dengan menggunakan *Importance-Performance Matrix* (Tjiptono dan Chandra, 2004 : 213). *Importance* adalah harapan responden atau

tingkat kepentingan yang terkait dengan variabel yang diteliti, sedangkan *Performance* adalah kinerja dari kualitas jasa yang diberikan. Dalam teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan/harapan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja pada masing-masing atribut tersebut. Nilai rata-rata atribut akan dianalisis pada *Importance-Performance Matrix*. Perbandingan antara *Importance* dan *Performance* dibagi dalam empat kuadran. Kuadran I menjelaskan adanya tingkat kepentingan atau harapan yang tinggi tetapi kinerjanya rendah, kuadran II menjelaskan adanya tingkat kepentingan atau harapan yang tinggi diikuti oleh kinerja yang tinggi pula, kuadran III menjelaskan adanya tingkat kepentingan atau harapan yang rendah dan kinerja yang rendah pula, dan kuadran IV menjelaskan adanya tingkat kepentingan atau harapan yang rendah tetapi kinerjanya justru tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel pelayanan yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari lima dimensi, yaitu Keandalan/*Reliability* (X1), Daya Tanggap/*Responsiveness* (X2), Jaminan/*Assurance* (X3), Empati/*Empathy* (X4), dan Bukti Langsung/*Tangible* (X5). Masing-masing dimensi diukur melalui tingkat *Performance* (Kinerja) dan *Importance* (Harapan). Atribut dari masing-masing dimensi pelayanan di atas adalah sebagai berikut : Jujur Dalam Pelayanan (X1.1), Kesiapan Petugas Dalam Melayani Nasabah Setiap Waktu (X1.2), Komunikasi Antara Petugas Dengan Nasabah (X2.1), Kecepatan Pelayanan Yang Diberikan (X2.2), Petugas Memberikan Informasi Yang Jelas (X3.1), Keramahan Petugas Kepada Nasabah (X3.2), Perhatian Petugas Kepada Nasabah (X4.1), Kesiediaan Petugas Menanggapi Keluhan Serta Saran Nasabah (X4.2), Penataan Ruangan (X5.1), Kerapian Berpakaian Petugas (X5.2).

Berdasarkan kuesioner yang disebarkan kepada responden, maka dapat diketahui persepsi responden tentang kinerja dan kepentingan/harapan nasabah kartu kredit BCA terhadap pelayanan yang diberikan PT. Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin. Persepsi nasabah kartu kredit BCA akan bernilai positif apabila nilai rata-rata kinerja sesuai dengan atau

melebihi dari nilai rata-rata tingkat harapan, dan sebaliknya persepsi nasabah kartu kredit BCA akan bernilai negatif bila nilai rata-rata kinerja lebih rendah dari nilai rata-rata tingkat harapan. Nilai rata-rata dari tingkat *Performance* dan *Importance* dari masing-masing atribut ditunjukkan pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Nilai rata-rata dari tingkat *Performance* (Kinerja) dan *Importance* (Harapan) dari masing masing atribut

No.	Atribut	Kinerja (<i>Performance</i>)	Harapan (<i>Importance</i>)
1	X1.1	4,976744186	3,023255814
2	X1.2	4,860465116	3,11627907
3	X2.1	4,581395349	3,093023256
4	X2.2	4,674418605	3,348837209
5	X3.1	4,720930233	3,255813953
6	X3.2	4,627906977	3,255813953
7	X4.1	4,813953488	3,302325581
8	X4.2	4,813953488	3,162790698
9	X5.1	4,720930233	3,209302326
10	X5.2	4,651162791	3,23255814
	Rata-Rata	4,744186047	3,2

Sumber : Data Primer (2015)

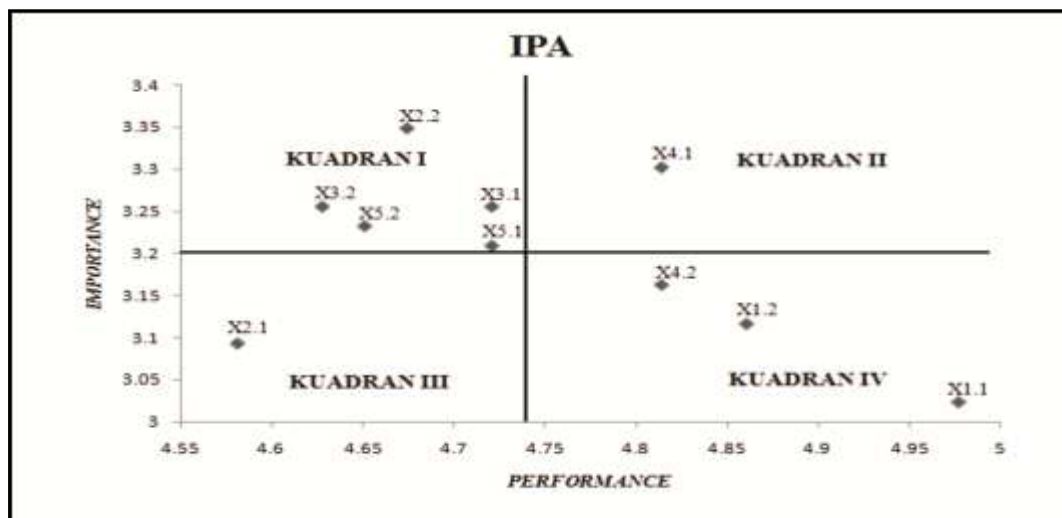
Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa secara keseluruhan rata-rata nilai tingkat *Performance* (4,744186047) lebih besar dari rata-rata tingkat *Importance* (3,2). Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan persepsi nasabah kartu

kredit BCA terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Danamas Insan Kreasi Andalan adalah positif atau dinilai sudah baik. Sementara itu, kalau dilihat per atribut, dari 10 atribut kualitas pelayanan yang diajukan semuanya

juga dinilai positif oleh nasabah kartu kredit BCA, karena semua nilai rata-rata *Performance* (Kinerja) berada di atas nilai rata-rata *Importance* (Harapan), artinya semua atribut kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin sudah memenuhi harapan nasabah kartu kredit BCA.

IPA (*Importance-Performance Analysis*) adalah alat analisis yang menggambarkan kinerja PT Danamas Insan Kreasi

Andalan Cabang Banjarmasin yang dirasakan oleh nasabah kartu kredit BCA dibandingkan dengan harapan nasabah kartu kredit BCA terhadap kinerja PT danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin yang seharusnya, berdasarkan persepsi nasabah kartu kredit BCA terhadap sepuluh atribut kualitas pelayanan yang diajukan dalam penelitian ini. Hasil analisis dengan IPA digambarkan dalam *Importance-Performance Matrix* sebagai berikut :



Gambar 1. *Importance-Performance Matrix*

Sumber : Data Primer (2015)

Importance-Performance Matrix menempatkan posisi dari masing-masing atribut kualitas pelayanan ke dalam empat kuadran. Diagram ini sangat bermanfaat sebagai pedoman dalam

mengalokasikan sumber daya organisasi yang terbatas pada bidang-bidang spesifik, dimana perbaikan kinerja bisa berdampak besar pada nasabah kartu kredit BCA total. Selain itu, matriks ini juga

menunjukkan bidang atau atribut tertentu yang perlu dipertahankan dan aspek-aspek yang perlu dikurangi prioritasnya. Tingkat *Importance* mencerminkan harapan nasabah kartu kredit BCA terhadap suatu atribut, sedangkan tingkat *Performance* menunjukkan kinerja yang dimiliki oleh PT Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin.

1. Kuadran I

Pada kuadran I menunjukkan *Importance* yang tinggi tetapi *Performance* rendah. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat *Importance* di atas nilai *Importance* rata-rata keseluruhan (3,2), tetapi tingkat *Performance* di bawah nilai *Performance* rata-rata keseluruhan (4,744186047). Hal ini menjelaskan bahwa nasabah kartu kredit BCA memiliki harapan yang tinggi pada atribut-atribut tersebut, tetapi PT Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin memiliki kinerja di bawah standar. Atribut-atribut yang berada dalam kuadran ini merupakan atribut yang sangat

penting di mata nasabah kartu kredit BCA, karena itu perbaikan pada atribut-atribut ini sangat penting, karena dapat berdampak pada peningkatan dalam hal kepuasan nasabah kartu kredit BCA. Atribut-atribut yang masuk dalam kuadran I ini adalah : atribut X2.2, X3.1, X3.2, X5.1 dan X5.2.

2. Kuadran II

Pada kuadran II menunjukkan *Importance* yang tinggi dan dibarengi dengan *Performance* yang tinggi pula. Atribut-atribut pada kuadran ini memiliki tingkat kinerja dan tingkat harapan yang tinggi. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat *Importance* di atas nilai *Importance* rata-rata keseluruhan (3,2) dan tingkat *Performance* juga di atas nilai *Performance* rata-rata keseluruhan (4,744186047) sehingga atribut-atribut yang ada pada kuadran ini merupakan kekuatan bagi PT Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin. Atribut-atribut ini adalah kontribusi utama dalam menciptakan persepsi yang baik bagi nasabah kartu kredit BCA sehingga

harus dipertahankan. Atribut yang termasuk ke dalam kuadran II ini adalah : atribut X4.1.

3. Kuadran III

Pada kuadran III menunjukkan tingkat *Importance* dan *Performance* yang sama-sama rendah berada di bawah standar rata-rata secara keseluruhan. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat *Importance* di bawah nilai *Importance* rata-rata keseluruhan (3,2) dan tingkat *Performance* juga di bawah nilai *Performance* rata-rata keseluruhan (4,744186047). Pada kuadran ini pihak PT Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin dapat mengikuti perkembangan dari tingkat harapan nasabah kartu kredit BCA, apabila tingkat harapan nasabah kartu kredit BCA meningkat terhadap suatu atribut di kuadran ini, maka pihak PT Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin dapat pula melakukan peningkatan kinerjanya. Meskipun kinerja yang dihasilkan rendah, tapi karena tingkat harapan nasabah kartu kredit BCA terhadap atribut juga rendah, maka

peningkatan kinerja untuk atribut-atribut di kuadran ini bisa dilakukan dengan prioritas yang lebih rendah. Atribut yang termasuk di dalam kuadran III ini adalah : atribut X2.1.

4. Kuadran IV

Pada kuadran IV menunjukkan tingkat *Importance* yang rendah, tetapi *Performance* tinggi. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini memiliki tingkat *Importance* di bawah nilai *Importance* rata-rata keseluruhan (3,2), tetapi tingkat *Performance* di atas nilai *Performance* rata-rata keseluruhan (4,744186047). Atribut yang berada pada kuadran ini adalah indikasi adanya investasi yang tidak efisien. PT Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin justru mempunyai *Performance* atau kinerja yang baik untuk hal-hal yang kurang penting. Ada dua langkah yang dapat dilakukan PT Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin dengan hasil seperti ini. Pertama, melakukan penurunan tingkat investasi atau prioritas untuk yang berhubungan dengan atribut ini. Kedua, tetap fokus mempertahankan

Performance atau kinerja untuk atribut ini dengan alasan bahwa tingkat harapan dari atribut ini akan meningkat di masa mendatang. Atribut-atribut yang termasuk di dalam kuadran IV ini adalah: atribut X1.1, X1.2 dan X4.2.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Hasil analisis dari tingkat *Importance* (harapan) dan tingkat *Performance* (kinerja) menunjukkan bahwa secara umum persepsi nasabah kartu kredit BCA terhadap atribut-atribut yang diajukan dari lima dimensi kualitas pelayanan adalah positif. Hal ini berarti, secara keseluruhan harapan nasabah kartu kredit BCA atas kinerja pelayanan yang diberikan PT Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin sudah terpenuhi.
2. Hasil analisis melalui IPA (*Importance-Performance Analysis*) yang digambarkan dalam *Importance-Performance Matrix* menunjukkan bahwa atribut-atribut yang perlu

ditingkatkan kinerjanya adalah atribut X2.2, X3.1, X3.2, X5.1 dan X5.2; serta atribut-atribut yang harus dipertahankan tingkat kinerjanya seperti atribut X4.1. Selain itu atribut-atribut yang diketahui perlu mendapatkan pengurangan prioritas karena tingkat harapan yang rendah oleh nasabah kartu kredit BCA, baik pada tingkat kinerjanya yang sudah baik seperti atribut X1.1, X1.2 dan X4.2., selain itu juga pada atribut-atribut yang kinerjanya masih di bawah standar seperti atribut X2.1.

Saran

1. PT. Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin sebaiknya fokus untuk meningkatkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat harapan yang tinggi dan mengurangi prioritas peningkatan kinerja pada atribut-atribut kualitas pelayanan yang kurang dianggap penting oleh nasabah kartu kredit BCA.

2. PT. Danamas Insan Kreasi Andalan Cabang Banjarmasin sebaiknya fokus untuk mempertahankan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki tingkat harapan yang tinggi dan mengurangi prioritas dalam mempertahankan kinerja pada atribut-atribut kualitas pelayanan yang kurang dianggap penting oleh nasabah kartu kredit BCA.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Payne, 1993. *The Essence of Service Marketing*. Yogyakarta : Andy.
- Basri, Seta, 2011. *Analisis Kuadran Harapan dan Persepsi Publik*, (<http://setabasri01.blogspot.sg>)
- Fandy, Tjiptono, 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andy Offset.
- Tesis Disertasi, 2009. *Rumus-Rumus Pengambilan Sampel Penelitian*, (<http://tesisdisertasi.blogspot.com>, diakses 18 Februari 2015).
- Kotler, Philip, 2002. *Manajemen pemasaran Jilid 1 (Terjemahan)*. Jakarta : Prenhallindo.
- Wahyono, Budi, 2012. *Langkah-langkah Analisis IPA*, (<https://dataolah.blogspot.sg>, diakses 26 Januari 2015).
- Riduwan, 2005. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Wahyu, 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Banjarmasin : STIE Nasional.
- Tjiptono, Fandy, 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.
- , 2008. *Service Management (Mewujudkan Layanan Prima)*. Yogyakarta : Andi.
- Yoeti, Oka A., 2003. *Tours and Travel Marketing Cetakan Pertama*. Jakarta : Pradyna Paramitha.
- Naryawan, 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Jasa Perpustakaan Referensi FE UNDIP*. Semarang : FE UNDIP (skripsi).
- Zeithaml, Valarie A., and Bitner, Mary Jo, 2003. *Service Marketing*. New York : McGraw Hill Inc.