

PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN KONSUMEN DENGAN METODE *SERVQUAL* DAN QFD (Studi Kasus di CV. Sinar Jaya Agung)

Arpan Efendi¹, Ch. Desi Kusmindari², Renilaili³

¹Teknik Industri, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

^{2,3}Teknik Industri, Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia

Email: arpanefendi94@gmail.com¹, desi_christofora@binadarma.ac.id², Renilaili@binadarma.ac.id³

Abstract

The problem in this study is how to improve the quality of customer service CV. Sinar Jaya Agung with servqual method and quality function deployment with the aim to find out consumer perceptions with the servqual method, to determine the servqual gap value between consumer perceptions and expectations, and to improve service quality according to the needs and desires of consumers by using quality function deployment methods. The results of this study indicate that the higher the value of customer satisfaction performance, the higher the level of consumer perceptions of attributes by respondents, the value of servqual gap obtained the highest value of 0.35 on the attributes of employees having competence and professional in serving customers. Thus it can be interpreted that the quality of customer service provided can be said to be good. The results of testing quality function deployment indicate that to improve service quality in accordance with the needs and desires of consumers, the company must make several improvements, including: the location of the company must be easily accessible to consumers, provision of cleaning checklists, routine training to employees, and good service from employees to consumers.

Keywords: Service Quality, Servqual Method, QFD

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi persaingan di dunia bisnis semakin meningkat sehingga perusahaan dapat berupaya dengan semaksimal mungkin untuk memperoleh konsumen dengan meningkatkan kualitas produknya, hal ini juga berlaku bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa, terutama dalam hal peningkatan kualitas layanan konsumen. Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Hal ini ditegaskan oleh Gilbert, dkk menyatakan bahwa kualitas layanan mendorong pelanggan untuk komitmen kepada produk dan layanan suatu perusahaan sehingga berdampak kepada peningkatan *market share* suatu produk [1]. Kualitas layanan sangat krusial dalam mempertahankan pelanggan dalam waktu yang lama. Perusahaan yang memiliki layanan yang *superior* akan dapat memaksimalkan *performa* keuangan perusahaan.

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan pelanggan menghadapi lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk [2]. Kualitas layanan yang rendah akan menimbulkan

ketidakpuasan pada pelanggan terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Karena pelanggan yang kecewa akan bercerita dengan calon konsumen lainnya sehingga calon pelanggan akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Artinya, apabila layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen tidak maksimal dikhawatirkan akan berdampak pada kelangsungan perusahaan. Artinya, kualitas layanan konsumen yang diberikan perusahaan salah satu faktor penting dunia bisnis.

CV. Sinar Jaya Agung atau disingkat dengan CV. SJA merupakan suatu perusahaan swasta yang bergerak di bidang konstruksi, kontraktor dan perdagangan umum terutama bergerak di kontraktor bangunan, rangka kuda-kuda baja, felfon gypsum, trali, pangar besi stainless dan sebagainya. Dalam usaha melayani kebutuhan konsumen, selalu ingin meningkatkan kualitas layanannya sehingga konsumen tidak mengalami kekecewaan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Fenomena yang terjadi di lapangan dari hasil observasi peneliti terhadap beberapa konsumen CV. Sinar Jaya Agung diperoleh beberapa permasalahan terkait layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen, seperti banyaknya komplain dari konsumen misalnya produk yang tidak sesuai dengan pesanan, waktu pengerjaan yang tidak sesuai dengan kesepakatan serta keterlambatan dalam pengiriman pesanan. Hal ini dipertegas dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak perusahaan terkait layanan konsumen, maka diperoleh informasi bahwa permasalahan konsumen terhadap layanan yang telah diberikan perusahaan sering terjadi terutama pada permasalahan keterlambatan perusahaan dalam pengerjaan, pengiriman bahkan tidak sesuainya produk yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Hal ini mengakibatkan dalam kurun waktu beberapa bulan ke belakang jumlah konsumen CV. Sinar Jaya Agung mengalami penurunan yang sangat signifikan, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yakni diduga karena banyaknya kompetitor yang bergerak di bidang kontraktor bangunan, rangka kuda-kuda baja, felfon gypsum, trali, pangar besi stainless yang menawarkan keunggulan masing-masing dari harga, pemasaran hingga pelayanan yang bervariasi sehingga apabila pelayanan yang diberikan kepada konsumen kurang maksimal, maka akan berdampak pada jumlah konsumen suatu perusahaan. Selain itu faktor lainnya, kurang maksimalnya layanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen sehingga konsumen mengalami kekecewaan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

Untuk meningkatkan kualitas layanan konsumen yang diberikan CV. Sinar Jaya Agung, maka peneliti menerapkan metode *servqual* merupakan suatu metode pendekatan yang mengukur kualitas jasa secara kuantitatif dalam bentuk kuisisioner dan mengandung dimensi-dimensi kualitas jasa. Cara untuk mengukurnya adalah dengan mengukur seberapa besar tingkat pelayanan yang direalisasikan dalam nilai GAP sehingga diharapkan dapat memberikan suatu rancangan strategi dalam meningkatkan kualitas layanan konsumen. Selain itu,

metode *Quality Function Deployment* (QFD) merupakan merupakan suatu jalan bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkannya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka metode *servqual* dan QFD yang bisa digunakan untuk mengetahui atribut kebutuhan/pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan *customer* serta untuk mengetahui gap (kesenjangan) antara pelayanan yang telah diberikan dengan harapan dari pelanggan dan juga digunakan untuk merencanakan kondisi maupun keadaan CV SJA, sesuai dengan kebutuhan konsumen (*customer needs and wants*). Sehingga pada akhirnya diketahui atribut-atribut pelayanan yang dianggap belum memuaskan pelanggan, agar bisa diperbaiki untuk perbaikan mutu pelayanan pada CV. Sinar Jaya Agung. rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah peningkatan kualitas layanan konsumen CV. Sinar Jaya Agung dengan metode *servqual* dan *quality function deployment* dengan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen dengan metode *servqual*, untuk menentukan nilai gap *servqual* antara persepsi dan harapan konsumen, dan untuk meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menggunakan metode *quality function deployment*.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. [3] Selain itu, menurut Tjiptono dalam Harianto dan Hartono menyatakan bahwa kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan [4] Artinya, kualitas layanan merupakan suatu perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan yang dirasakan oleh konsumen untuk mengimbangi harapan pelanggan. Untuk itu, kauliatas layanan harus memperhatikan tiga hal penting.

Tjiptono dalam Remiasa dan Yenny menyederhanakan menjadi lima dimensi pokok kualitas layanan, yaitu: kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati, bukti fisik (*tangibility*), dan jaminan (*assurance*) [5]

Service Quality (Servqual)

Servqual merupakan suatu alat yang digunakan dalam pengukuran kualitas layanan [5], [2]. Selain itu, menurut Ibrahim dalam Hardiyansyah menyatakan bahwa *service quality* merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut [6]. Artinya, *service quality* merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi dan persepsi pelanggan. Menurut Juwaheer dalam Remiasa dan Yenny menyatakan bahwa metode *servqual* terdiri atas lima dimensi, yaitu kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), empati, bukti fisik (*tangibility*), dan jaminan (*assurance*) [5].

Pengukuran terhadap kualitas jasa dengan menggunakan metode *Servqual* melibatkan perbedaan penilaian konsumen pada pasangan pernyataan persepsi-ekspektasi. *Service Quality (Servqual)* merupakan suatu alat untuk mengukur persepsi (P) dan pelanggan dan kesenjangan (gap) yang ada di model kualitas jasa.

Persepsi pelanggan adalah keyakinan pelanggan berkenaan dengan jasa yang diterima/dialami. Persepsi konsumen timbul setelah konsumen mengambil suatu kesimpulan dalam pikirannya (sudah menilai sesuatu yang dialami) [7], Sedangkan ekspektasi (harapan) merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa) [7]

Selain itu, Winarso menyatakan bahwa ekspektasi pelanggan adalah keyakinan tentang penghantaran produk/jasa yang berfungsi sebagai standar atau titik referensi dalam bertindak, dimana performansi sebagai pertimbangan [8]. Lebih lanjut Rust, dkk dalam Winarso menyatakan bahwa tingkat ekspektasi pelanggan dapat dibagi atas : (1) *will Expectation*, (2) *should Expectation*, dan (3) *ideal Expectation* [9].

Quality Function Deployment (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) merupakan suatu metode terstruktur untuk merencanakan dan mengembangkan yang memungkinkan tim pengembangan untuk mengklasifikasikan keinginan dan kebutuhan konsumen serta mengevaluasi masing-masing kegunaan kemampuan produk atau jasa secara sistematis dalam memenuhi kebutuhan konsumen [9]

Selain itu, menurut Cohen dalam Halim, dkk mendefinisikan *quality function deployment* adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta mengevaluasi secara sistematis kapabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan [10], [195]. Artinya, *Quality Function Deployment (QFD)* merupakan suatu metode terstruktur untuk merencanakan dan mengembangkan suatu desain kualitas untuk menghasilkan produk yang secara sistematis menyebarkan (*deploying*) hubungan antara keinginan dan keterkaitan tersebut.

Menurut Lou dalam Hartanti dan Hariastuti menyatakan bahwa tujuan dari QFD tidak hanya memenuhi sebanyak mungkin harapan pelanggan, tetapi juga berusaha melampaui harapan-harapan pelanggan sebagai cara untuk berkompetisi dengan pesaingnya, sehingga diharapkan konsumen tidak menolak dan tidak komplein, tetapi malah menginginkannya [11]

Quality Function Deployment menggunakan matrix berbentuk rumah yang sering disebut dengan *House Of Quality*, yang digunakan untuk mendiskripsikan keinginan konsumen. Terdapat beberapa alat yang biasa digunakan dalam melaksanakan proses *Quality Function Deployment*. Terdapat beberapa langkah dalam pengerjaan/pengujian metode *Quality Function Deployment* [12]

- a) **Menentukan *Technical Respon (HOWs)***. Respon teknis adalah respon yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi *customer needs*. Pada tahap ini dilakukan penjabaran *customer needs* ke dalam *Technical Response*.
- b) **Menentukan Hubungan Antara *WHATs* dan *HOWs (Relationship)***. *Relationship matrix* memperlihatkan hubungan antara kebutuhan konsumen dengan respon teknis. Penentuan hubungan kebutuhan konsumen dengan respon teknis ini digambarkan dengan simbol ● (sangat kuat), ○ (sedang), Δ (mungkin ada/tidak ada).
- c) **Menentukan *Technical Correlation (Hubungan anatara matrix HOWs)***. *Technical Correlation* digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara respon teknis. Hubungan ini digambarkan dengan simbol-simbol. Pada tahap ini dilakukan pemetaan hubungan antara masing-masing respon teknis untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara masing-masing respon teknis.
- d) **Menentukan Matrix Perencanaan (*Planning Matrix*)**. *Planning matrix* terdiri dari tujuh tipe data yang harus diisi, yaitu *Importance to customer, Customer Satisfaction Performance, Competitive Satisfaction, Goal, Improvement Ratio, Sales Point, Raw weight* dan *Normalized Raw Weigth*.

Pembentukan *House Of Qualit (HOQ)* dimulai dari melakukan penjabaran *customer need*, kemudian dilakukan uji validitas, uji realibilitas, kemudian untuk metode *servqual*, yang dilakukan adalah menghitung GAP dari persepsi dan harapan, kemudian dibentuk *technical respon* dari *customer need*. Lalu menentukan hubungan *relationship* dan *technical correlation*, kemudian melakukan perhitungan *planning matrix*. Kemudian dilakukan penjabaran perhitungan dari *customer need* ke *technical respon* dengan perhitungan yang dinamakan *technical matrix (normalized contribution dan target)*.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Sinar Jaya Agung yang beralamatkan di Jalan Pembangunan No 2395 Pakjo Ujung Palembang. Kurun waktu kurang lebih 6 Bulan yang dimulai dari Agustus 2018 sampai dengan Januari 2019.

2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner/angket. Dalam penyusunan atribut berupa kuesioner dalam penelitian terdiri dari tiga kuisisioner yaitu kuisisioner identitas responden, kuisisioner tingkat kepuasan konseumen dan harapan pelanggan serta kuisisioner tingkat kepentingan pelanggan terhadap layanan yang diberikan perusahaan.

3.3 Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode *servqual* merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Dengan menyebarkan kuesioner kita bisa mengetahui seberapa besar celah (gap) yang ada di antara pelanggan dan ekspektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan.
2. Metode *Quality Function Deployment (QFD)* sebagai suatu teknik untuk mendefinisikan hubungan antara keinginan konsumen ke dalam atribut-atribut barang dan jasa dengan cara membentuk *House Of Quality (HOQ)*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengolahan Data dan Pembahasan Nilai GAP

Setelah dilakukan penyebaran kuisisioner kepada 40 responden, kemudian dihitung nilai Gap dari persepsi dan harapan responden. Perhitungan GAP didapat dengan mengurangi nilai persepsi dengan nilai harapan. Hasil perhitungan nilai GAP dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Data Nilai GAP Layanan Konsumen CV. Sinar Jaya Agung

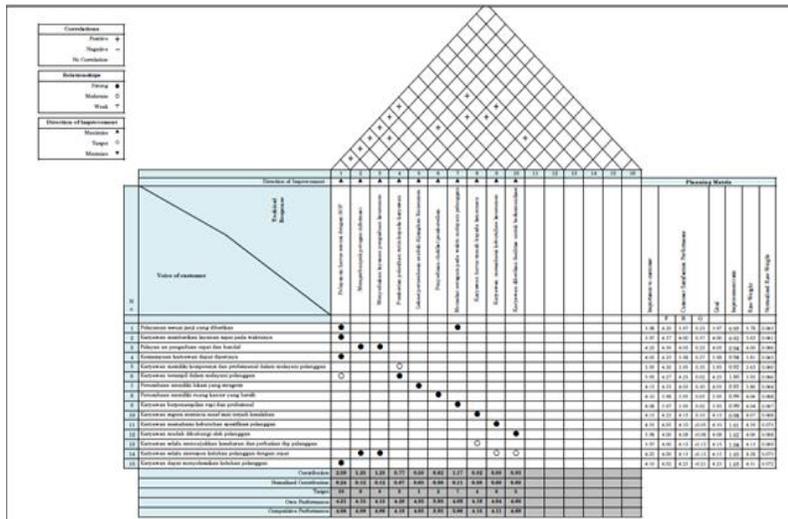
Atribut	Customer Satisfaction Performance		GAP
	Persepsi	Harapan	
	Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan	4.20	
Karyawan memberikan layanan tepat pada waktunya	4.47	4.00	0.37
Pelayanan pengaduan cepat dan handal	4.30	4.05	0.25
Kemampuan karyawan dapat dipercaya	4.25	3.98	0.27
Karyawan memiliki kompetensi dan professional dalam melayani pelanggan	4.30	3.95	0.35
Karyawan terampil dalam melayani pelanggan	4.27	4.25	0.02
Perusahaan memiliki lokasi yang strategis	4.35	4.05	0.02
Perusahaan memiliki ruang kantor yang bersih	3.98	3.95	0.03
Karyawan berpenampilan rapi dan profesional	3.97	3.95	0.02
Karyawan segera meminta maaf saat terjadi kesalahan	4.25	4.15	0.10
Karyawan memahami kebutuhan spesifik pelanggan	4.05	4.10	-0.05
Karyawan mudah dihubungi oleh pelanggan	4.00	4.08	-0.08
Karyawan selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian terhadap pelanggan	4.00	4.15	-0.15
Karyawan selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat	4.00	4.13	-0.13
Karyawan dapat menyelesaikan	4.02	4.23	-0.21

keluhan pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, menunjukkan bahwa kualitas layanan konsumen yang diberikan CV. Sinar Jaya Agung sudah bisa dikatakan baik walaupun ada beberapa layanan konsumen yang masih bisa dikatakan belum optimal diberikan oleh perusahaan kepada konsumen.

3.2 Pengolahan Data dan Pembahasan *Quality Function Deployment (QFD)*

Analisis QFD yang dianalisis dengan menggunakan *House Of Quality* (HOQ) maka Pembentukan *House Of Quality* (HOQ) dimulai dari melakukan penjabaran *voice of customer*. Lalu melakukan perhitungan *planning matrik*. Kemudian dilakukan penjabaran perhitungan dari *customer need ke technical respon* dengan perhitungan yang dinamakan *technical response*. Hasil pembentukan HoQ dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. *House of Quality*

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang menjadi usulan perbaikan terhadap layanan konsumen yang diberikan oleh CV. Sinar Jaya Agung dalam meningkatkan kualitas layanan konsumen. Hal ini berdasarkan hasil pengolahan QFD yang disajikan dalam pembentukan *house of quality* yang akan diuraikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.2 Usulan Perbaikan Sesuai Prioritas

No	Technical Response	Customer Needs
1	Lokasi perusahaan mudah dijangkau konsumen	Perusahaan memiliki lokasi yang strategis
2	Penyediaan checklist pembersihan	Perusahaan memiliki ruang kantor yang bersih
3	Pemberian pelatihan rutin kepada karyawan	Karyawan memiliki kompetensi dan professional dalam melayani pelanggan Karyawam terampil dalam melayani pelanggan
4	Karyawan harus ramah kepada konsumen	Karyawan segera meminta maaf saat terjadi kesalahan
5	Karyawan diberikan fasilitas untuk mempermudah komunikasi dengan pelanggan	Karyawan diberikan fasilitas untk mempermudah komunikasi dengan pelanggan Karyawan selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat
6	Karyawan mampu memahami kebutuhan pelanggan	Karyawan memahami kebutuhan spesifik pelanggan Karyawan dapat menyelesaikan keluhan pelanggan
7	Memakai seragam pada waktu melayani pelanggan	Karyawan berpenampilan rapi dan profesional Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan
8	Menyediakan layanan pengaduan konsumen	Pelayanan pengaduan cepat dan handal Karyawan selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat
9	Memperbanyak petugas informasi	Karyawan memberikan layanan tepat pada waktunya Karyawan selalu merespon keluhan pelanggan dengan cepat
10	Pelayanan harus sesuai dengan Standart Operational Procedure	Pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan Karyawan memberikan layanan tepat pada waktunya Kemampuan karyawan dapat dipercaya Karyawan terampil dalam melayani pelanggan Karyawan dapat menyelesaikan keluhan pelanggan

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa ada beberapa respon teknis yang harus mendapatkan perbaikan oleh pihak perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan konsumen sesuai dengan kebutuhan konsumen, yakni : (1) lokasi perusahaan harus mudah dijangkau oleh konsumen, (2) penyediaan *checklist* pembersihan, (3) pemberian pelatihan rutin kepada karyawan, dan (4) karyawan harus ramah kepada konsumen.

4. SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *customer satisfaction performance* maka semakin tinggi pula tingkat persepsi konsumen terhadap atribut oleh responden, nilai gap *servqual* diperoleh nilai tertinggi sebesar 0,35 pada atribut karyawan memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kualitas layanan konsumen yang diberikan sudah bisa dikatakan baik. Hasil pengujian *quality function deployment* menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perusahaan harus melakukan beberapa perbaikan, antara lain : lokasi perusahaan harus mudah dijangkau oleh konsumen, penyediaan *checklist* pembersihan, pemberian pelatihan rutin kepada karyawan, serta service yang baik dari karyawan pada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gilbert, G.R. et.al. 2004. Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach. *The Journal of Services Marketing*.
- [2] Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei-Agus 2010, hlm. 114-126. ISSN 0854-3844.
- [3] Utami, Ida Ayu Inten Surya dan I Made Jatra. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 7, 2015 : 1984-2000. ISSN: 2302-8912.
- [4] Harianto, David dan Hartono Subagio. 2013. Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, *Brand Image*, dan Atmosfer terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel *Intervening* Konsumen Kedai DejaVu Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 1, (2013) 1-8.
- [5] Remiasa, Marcus dan Yenny Lukman. 2007. Analisis Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Layanan *Coffee Shop Asing* dan *Coffee Shop Lokal*. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol.3, No.2, September 2007: 70-79.
- [6] Poniman dan Zeplin Jiwa Husada T. 2016. Upaya Peningkatan Pelayanan Jasa (*Servis Excellent*) terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Pendekatan *Servqual* dan *Quality Function Deployment (QFD)*. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XXV*. Program Studi MMT-ITS, Surabaya, 30 Juli 2016
- [7] Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- [8] Marliana, Sonya dan Rini Dharmastiti. 2008. Integrasi *Servqual* dan QFD untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Angkutan Massa Trans Jogja. *Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi* 2008. IST AKPRIND Yogyakarta.

- [9] Winarso, Kukuh. 2010. Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Produk Susu Bayi Menggunakan *Service Quality* dan *Path Analysis*. **Jurnal Manajemen Teori dan Terapan**. Tahun 3, No.1, April 2010.
- [10] Halim, Allan Hardhika, Nasir Widha Setyanto dan Rahmi Yuniarti. 2013. Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan dengan Integrasi *Service Quality (Servqual)* dan *Quality Function Deployment (QFD)*. **Jurnal Rekayasa**.
- [11] Hartanti, Firda Triana dan Ni Luh Putu Hariastuti. 2015. Integrasi *Servqual* dan QFD untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan di Tempat Rekreasi Kenjeran Baru Surabaya. **Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III 2015**. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya. ISBN 978-602-98569-1-0.
- [12] Midayanti, Shinta. 2017. Analisis Kualitas Pelayanan Jasa dengan Metode *Servqual* dan *Quality Function Deployment (QFD)* (Studi Kasus pada Stasiun Gubeng Surabaya). **Skripsi**. Jawa Timur: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.