

# PENERAPAN METODE SERVQUAL DAN AHP SEBAGAI ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BENGKEL AKENA MALANG

Mukhlisin Efendi<sup>1</sup>, Wahyudi Harianto<sup>2</sup>, Danang Aditya Nugraha<sup>3</sup>

Teknik Informatika, Universitas Kanjuruhan Malang<sup>1,2,3</sup>

Email: [1mukhlisin.efendi63@gmail.com](mailto:1mukhlisin.efendi63@gmail.com), [2wahyudi@unikama.ac.id](mailto:2wahyudi@unikama.ac.id), [3danang.adty@gmail.com](mailto:3danang.adty@gmail.com)

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas pelayanan dimana untuk mengetahui kesenjangan dan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diperoleh sesuai dengan harapan konsumen. Untuk itu perlu adanya analisis dengan metode Servqual dibantu dengan software SPSS 22 dan dilakukan perhitungan bobot dari setiap dimensi dengan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dibantu dengan Microsoft Excel. Dari hasil penelitian ini diperoleh Servqual terbobot dimana pada dimensi tangible dan empathy bernilai negatif sedangkan pada dimensi reability, responsiveness dan assurance bernilai positif. Dan dengan pembobotan AHP diperoleh 5 atribut kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan yaitu pada atribut A6 (-0,18), atribut A9 (-0,17), atribut A8 (-0,16), atribut A4 (-0,13), dan Atribut E4 (-0,06).

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan, Servqual, Analytical Hierarchy Process.*

## 1. PENDAHULUAN

Sepeda motor merupakan alat transportasi yang paling banyak diminati pada saat ini khususnya di kota Malang, selain harga yang cukup terjangkau sepeda motor juga memiliki keunggulan dibandingkan transportasi lain, yaitu biaya perbaikan dan perawatan yang relatif lebih murah. Hal ini tentu perlu ditunjang dengan tersedianya bengkel sepeda motor, dengan adanya bengkel tersebut, masyarakat dapat dengan mudah melakukan perbaikan atau perawatan. Bahkan di kota Malang menjamurnya bengkel sepeda motor menjadi faktor ketatnya persaingan jasa ini, selain pada faktor harga, kualitas pelayanan atau servis yang diberikan akan menjadi pertimbangan konsumen. Bengkel Akena merupakan salah satu bengkel penyedia jasa servis kendaraan sepeda motor di kota Malang juga tidak luput dari permasalahan tersebut, tentu saja kualitas pelayanan yang erat kaitannya dengan kepuasan konsumen menjadi cara untuk memenangkan persaingan. Oleh karena itu perlu dilakukan analisis kualitas pelayanan untuk mengetahui kebutuhan serta keinginan konsumen, dan untuk mengetahui kesenjangan antar kualitas pelayanan yang diperoleh dengan harapan sesuai dengan persepsi konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti menggunakan metode Servqual dan Analytical Hierarchy Process (AHP). Dengan metode ini peneliti dapat menganalisis atribut pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen dan mengetahui kesenjangan antar pelayanan yang diperoleh dengan harapan dari konsumen. Sehingga pada akhirnya diketahui kriteria pelayanan apa saja yang dirasa belum memuaskan konsumen sehingga menjadi sebuah penilaian pihak Bengkel Akena untuk melakukan perbaikan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan.

### 1.1 Service Quality (Servqual)

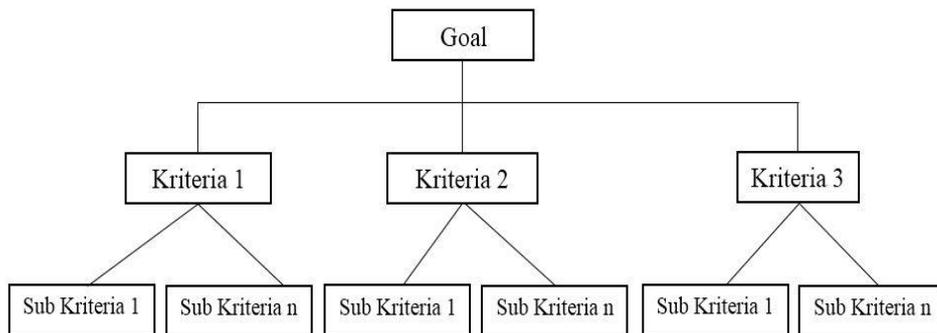
Metode Servqual ialah suatu tata cara yang dipakai untuk mengukur suatu mutu layanan dalam bidang pemasaran untuk menciptakan gap harapan layanan. Metode ini mulai dikembangkan pada tahun 1980-an oleh Zeithaml dkk, dalam mengukur mutu layanan yang dijadikan dimensi kinerja dari penyedia layanan. Dengan kuesioner ini, kita

dapat mengenali seberapa besar celah (gap) yang terdapat diantara anggapan serta ekspektasi pengguna layanan terhadap penyedia jasa, skala Servqual meliputi 5 ukuran mutu jasa yaitu *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati) Dorie Kusuma( 2014).

**1.2 Analytical Hierarchy Process (AHP)**

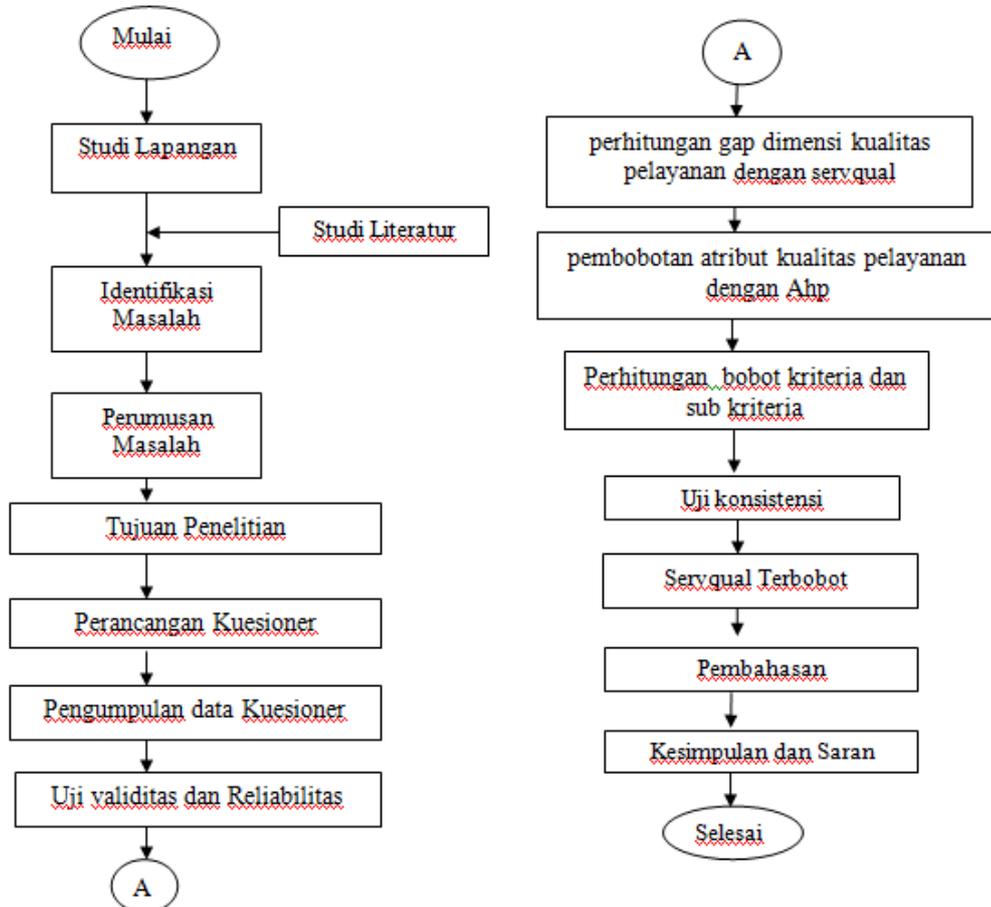
Metode AHP ( Analytical Hierarchy Process) ialah model pengambil keputusan yang bisa menunjang kerangka berfikir manusia. Dasar berfikir dari metode AHP merupakan proses membentuk skor secara numeric untuk mengelompokan ranking tiap alternatif keputusan bagaimana dicocokkan dengan kriteria pembuat keputusan (Wiji Setyaningsih, M.kom. 2014). Struktur hierarki pada penelitian ini adalah sebagai

berikut:



**Gambar 1. Struktur hierarki**

**2. METODE PENELITIAN**



**Gambar 2. Tahapan Penelitian**

## 2.1 Instrumen Penelitian

Identifikasi instrument pada penelitian ini terdiri dari 20 atribut pertanyaan yang nantinya disebarakan awal kepada 30 responden untuk diuji validitas dan reliabilitasnya setelah dinyatakan valid dan reliabel maka lanjut ketahap berikutnya yaitu menyebarkan kepada 100 responden untuk dilanjutkan penelitian selanjutnya.

**Tabel 1. Instrumen Penelitian**

<i>Atribut</i>	<i>Dimensi</i>	<i>Pernyataan</i>
A1	<i>Tangible</i>	Kebersihan ruang tunggu
A2	<i>Tangible</i>	Kenyamanan ruang tunggu
A3	<i>Tangible</i>	Kursi ruang tunggu sesuai dengan kebutuhan
A4	<i>Tangible</i>	Kondisi toilet yang bersih
A5	<i>Tangible</i>	Kondisi ruangan khusus yang bersih
A6	<i>Tangible</i>	Fasilitas internet/Wifi sudah efektif
A7	<i>Tangible</i>	Kondisi tempat ibadah yang bersih
A8	<i>Tangible</i>	Kantin
A9	<i>Tangible</i>	Kapasitas parkir yang cukup
B1	<i>Reability</i>	Waktu tunggu pelayanan penyervisan kendaraan sepeda motor baik
B2	<i>Reability</i>	Petugas ( Mekanik ) yang memberikan pelayanan saat penyervisan kendaraan
B3	<i>Reability</i>	Petugas (Mekanik) melakukan crosscheck kendaraan yang akan disservice
C1	<i>Responsiveness</i>	Kemampuan petugas (Mekanik) layanan informasi berkomunikasi dengan konsumen baik
C2	<i>Responsiveness</i>	Petugas (Mekanik) layanan informasi sigap dalam merespon keluhan pelanggan
C3	<i>Responsiveness</i>	Petugas (Mekanik) memberikan informasi dalam melakukan Pengecekan dan masalah pada kendaraan sepeda motor
D1	<i>Assurance</i>	Mekanik keamanan kendaraan sepeda motor yang sedang disservice
E1	<i>Emphaty</i>	Petugas (Mekanik) menanggapi pertanyaan konsumen dengan baik
E2	<i>Emphaty</i>	Solusi yang diberikan sesuai dengan keluhan konsumen
E3	<i>Emphaty</i>	Seluruh petugas (Mekanik) melayani dengan profesional
E4	<i>Emphaty</i>	Ketersediaan seluruh petugas (Mekanik) ditempat ketika dibutuhkan

## 2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Martono (2014) memaparkan *accidental sampling* yaitu salah satu teknik penentuan sebuah sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapapun yang kebetulan bertemu dengan peneliti dengan kriteria dianggap cocok oleh peneliti sebagai sumber dari data. Populasi pada penelitian ini masih dianggap belum diketahui karena sangat banyak maka dari itu terdapat kebebasan untuk memilih sampel yang paling mudah, cepat, dan efisien. Penentuan jumlah sampel yaitu dengan mengkalikan jumlah indikator dikali 5 hingga 10, sementara sampel yang representative sampel yang dimiliki jumlah antara 100 hingga 200 ( Ferdinan 2006 ), jumlah sampel yang represntatif pada penelitian ini adalah:

$n = \text{Jumlah Indikator} \times 5 \text{ hingga } 10$

$n = 20 \times 5$

$n = 100$

Berdasarkan rumus dari Ferdinan tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebesar 100 responden dari seluruh populasi konsumen pada bengkel Akena Malang.

### 2.3 Metode Analisis Data

Pada tahap pengolahan data, semua data yang diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner akan diolah dengan menggunakan metode yang telah ditentukan.

#### A. Analisis Gap (Kesenjangan)

Perhitungan nilai kepuasan konsumen yang dilihat dari kualitas pelayanan didapatkan berdasarkan respon dari responden pada kuesioner yang disebarkan saat penelitian. Kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden memuat item pernyataan sebanyak 20 item dengan menggunakan skala likert sebagai skala ukurnya. Perhitungan kualitas pelayanan dilakukan berdasarkan data atribut atau dimensi pengukuran kualitas pelayanan.

#### B. Pembobotan Analytical Hierarchy Process (AHP)

Tahapan AHP dalam metode ini adalah :

1. Menjabarkan masalah serta memutuskan solusi yang diinginkan.
2. Membuat struktur dari hirarki diawali tujuan utama dengan level teratas, diteruskan oleh kriteria yang cocok dipertimbangkan serta menilai kriteria pilihan yang ingin di ranking.
3. Membuat matriks perbandingan berpasangan yang menjelaskan pengaruh dari tiap elemen dengan masing tujuan kriteria setingkat diatas.
4. Menormalkan atau normalisasi data yaitu dengan membagi nilai dari setiap elemen di dalam matrik yang berpasangan dengan nilai total dari setiap kolom.

$$\text{Nilai normalisasi} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}}$$

Dimana  $a_{ij}$  nilai skala perbandingan antara kriteria ke-i dan ke-j. Kemudian menghitung eigen value dari setiap matriks perbandingan berpasangan. Nilai eigen value merupakan bobot setiap elemen.

5. Menghitung nilai eigen vector dan menguji konsistensinya, Nilai eigen vector yang dimaksud adalah nilai eigen vector maksimum yang diperoleh.

$$\lambda_{\max} = \sum \frac{A \cdot w_i}{w_i} : n$$

Keterangan:

$\lambda_{\max}$  = Nilai Maks

n = Jumlah Matriks

6. Menguji konsistensi pada hirarki. Rasio pada konsistensi dilihat melalui indeks konsistensi. Konsistensi yang diharapkan yaitu mendekati sempurna sehingga menghasilkan keputusan mendekati valid. Jika tidak memenuhi  $CR < 0,100$  maka penilaian harus diulangi kembali. Pengukuran suatu konsistensi matriks berdasarkan eigen value maks, maka nilai index konsistensi dihitung dengan rumus:

Dimana :

CI = Consistency Index

n = Jumlah ordo matrik

$$CR = \frac{CI}{RI}$$

Dimana:

CR = Rasio konsistensi

RI = Indeks random (1,12)

Menghitung bobot global untuk masing-masing sub kriteria dan hasilnya diperoleh dari perkalian antara bobot kriteria dengan bobot masing-masing sub kriterianya.

$$\text{Bobot Global} = \text{bobot kriteria} \times \text{bobot sub kriteria}$$

Setelah melakukan perhitungan bobot global, selanjutnya dilakukan perhitungan nilai kualitas pelayanan dengan melakukan perkalian antara gap yang dihasilkan dari perhitungan metode *Servqual* sebelumnya dengan bobot masing-masing atribut yang sebelumnya diperoleh dari perhitungan menggunakan metode *AHP*.

$$\text{Servqual terbobot} = \text{servqual score} \times \text{bobot global}$$

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, distribusi frekuensi karakteristik responden dilihat berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan.

**Tabel 2. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Karakteristik Responden**

No	Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
<b>1</b>	<b>Usia</b>		
	17<20 Tahun	6	6
	20-30 tahun	25	25
	31-40 tahun	38	38
	> 40 tahun	31	31
<b>2</b>	<b>Jenis kelamin</b>		
	Laki-laki	73	73
	Perempuan	27	27
<b>3</b>	<b>Pekerjaan</b>		
	PNS/TNI/POLRI	9	9
	Buruh	4	4
	Petani	7	7
	Wiraswasta	37	37
	Pegawai Swasta	43	43
	<b>Total Responden</b>	100	<b>100%</b>

#### 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana ketepatan instrumen atau alat ukur untuk mengukur apa yang hendak diukur.

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian**

Atribut	$r_{hitung}$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
	Persepsi	Harapan		
A1	0,586	0,688	0,361	Valid
A2	0,398	0,789	0,361	Valid
A3	0,641	0,893	0,361	Valid
A4	0,687	0,439	0,361	Valid
A5	0,771	0,789	0,361	Valid
A6	0,623	0,764	0,361	Valid
A7	0,736	0,735	0,361	Valid
A8	0,618	0,691	0,361	Valid
A9	0,557	0,795	0,361	Valid
B1	0,753	0,710	0,361	Valid

B2	0,575	0,522	0,361	Valid
B3	0,676	0,742	0,361	Valid
C1	0,382	0,731	0,361	Valid
C2	0,600	0,893	0,361	Valid
C3	0,652	0,912	0,361	Valid
D1	0,422	0,767	0,361	Valid
E1	0,585	0,606	0,361	Valid
E2	0,724	0,735	0,361	Valid
E3	0,573	0,668	0,361	Valid
E4	0,709	0,599	0,361	Valid

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana ketetapan hasil ukur yang dihasilkan oleh alat ukur atau instrumen dalam mengukur aspek yang diukur dalam penelitian

**Tabel 4. Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen**

Instrumen	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Tolerir Reliabilitas	Keterangan
Persepsi	0,913	0,7	Reliabel
Harapan	0,952	0,7	Reliabel

### 3. Perhitungan Gap Servqual

Perhitungan nilai kepuasan konsumen yang dilihat dari kualitas pelayanan didapatkan berdasarkan respon dari responden pada kuesioner yang disebarakan saat penelitian. Untuk mengetahui kesenjangan tersebut maka dirata-rata jawaban dari setiap persepsi dan harapan pada tiap butir pertanyaan. Kualitas Pelayanan = Skor Persepsi – Skor Harapan

**Tabel 5. Hasil Perhitungan Gap Servqual**

Atribut/Dimensi	Persepsi	Harapan	Gap
Tangible			
A1	3,47	3,42	0,05
A2	3,52	3,35	0,17
A3	3,52	3,28	-0,09
A4	3,27	3,40	-0,13
A5	3,23	3,32	-0,09
A6	3,02	3,20	-0,18
A7	3,30	3,36	-0,06
A8	3,39	3,55	-0,16
A9	3,32	3,49	-0,17
<b>Mean</b>	<b>3,30</b>	<b>3,37</b>	<b>-0,07</b>
Reability			
B1	3,39	3,30	0,09
B2	3,46	3,33	0,13
B3	3,40	3,29	0,11
<b>Mean</b>	<b>3,41</b>	<b>3,30</b>	<b>0,11</b>
Responsiveness			
C1	3,38	3,34	0,04
C2	3,50	3,39	0,11
C3	3,36	3,26	0,1

<b>Mean</b>	<b>3,41</b>	<b>3,33</b>	<b>0,08</b>
Assurance			
D1	3,42	3,41	0,01
<b>Mean</b>	<b>3,42</b>	<b>3,41</b>	<b>0,01</b>
Emphaty			
E1	3,41	3,38	0,03
E2	3,44	3,38	0,06
E3	3,28	3,39	-0,11
E4	3,23	3,38	-0,15
<b>Mean</b>	<b>3,34</b>	<b>3,38</b>	<b>-0,04</b>

4. Perhitungan AHP

Setelah melakukan perhitungan gap berdasarkan dimensi kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty*), selanjutnya peneliti melakukan pembobotan atribut kualitas pelayanan untuk mengetahui bobot global.

**Tabel 6. Hasil Perhitungan Kriteria dan Sub Kriteria (Bobot Global)**

<i>Kriteria</i>	<i>Bobot</i>	<i>Subkriteria</i>	<i>Bobot Subkriteria</i>	<i>Bobot Global</i>
		A1	0,10111	0,00470
		A2	0,10111	0,00470
		A3	0,09718	0,00452
		A4	0,15645	0,00727
Tangibles	<b>0,046530</b>	A5	0,08789	0,00408
		A6	0,03061	0,00142
		A7	0,17452	0,00812
		A8	0,17708	0,00823
		A9	0,07405	0,00344
Reliability	<b>0,123758</b>	B1	0,19959	0,02470
		B2	0,19959	0,02470
		B3	0,60080	0,07435
Responsiveness	<b>0,189255</b>	C1	0,22125	0,04187
		C2	0,32270	0,06107
		C3	0,45603	0,08630
Emphaty	<b>0,346844</b>	E2	0,32507	0,11275
		E3	0,24174	0,08384
		E4	0,19144	0,06640

5. Perhitungan Servqual Terbobot

Setelah melakukan perhitungan bobot global, selanjutnya dilakukan perhitungan nilai kualitas pelayanan dengan melakukan perkalian antara gap yang dihasilkan dari perhitungan metode Servqual sebelumnya dengan bobot masing-masing atribut yang sebelumnya diperoleh dari perhitungan menggunakan metode AHP. Hasil perkalian tersebut dijadikan nilai baru sebagai nilai gap kualitas pelayanan terbobot.

**Tabel 7. Hasil Perhitungan Nilai ServQual Terbobot**

<i>Atribut</i>	<i>Persepsi</i>	<i>Harapan</i>	<i>Gap</i>	<i>Bobot Kriteria</i>	<i>Bobot Kriteria</i>	<i>Gap Terbobot</i>
A1	3,47	3,42	0,05	0,00470	0,000235	
A2	3,52	3,35	0,17	0,00470	0,000799	
A3	3,19	3,28	-0,09	0,00452	-0,0004068	

A4	3,27	3,40	-0,13		0,00727	-0,0009451
A5	3,23	3,32	-0,09	<b>0,046530</b>	0,00408	-0,0003672
A6	3,02	3,20	-0,18		0,00142	-0,0002556
A7	3,30	3,36	-0,06		0,00812	-0,0004872
A8	3,39	3,55	-0,16		0,00823	-0,0013168
A9	3,32	3,49	-0,17		0,00344	-0,0005848
<b>Mean</b>	<b>3,30</b>	<b>3,37</b>	<b>-0,07</b>		<b>0,005164444</b>	<b>-0,00036994</b>
B1	3,39	3,30	0,09		0,02470	0,002223
B2	3,46	3,33	0,13	<b>0,123758</b>	0,02470	0,003211
B3	3,40	3,29	0,11		0,07435	0,0081785
<b>Mean</b>	<b>3,41</b>	<b>3,30</b>	<b>0,11</b>		<b>0,04125</b>	<b>0,0045375</b>
C1	3,38	3,34	0,04		0,04187	0,0016748
C2	3,50	3,39	0,11	<b>0,189255</b>	0,06107	0,0067177
C3	3,36	3,26	0,1		0,08630	0,00863
<b>Mean</b>	<b>3,41</b>	<b>3,33</b>	<b>0,08</b>		<b>0,06308</b>	<b>0,005674167</b>
D1	3,42	3,41	0,01	<b>0,284724</b>	0,28472	0,0028472
<b>Mean</b>	<b>3,42</b>	<b>3,41</b>	<b>0,01</b>		<b>0,28472</b>	<b>0,0028472</b>
E1	3,41	3,38	0,03		0,08384	0,0025152
E2	3,44	3,38	0,06	<b>0,346844</b>	0,11275	0,006765
E3	3,28	3,39	-0,11		0,08384	-0,0092224
E4	3,23	3,38	-0,15		0,06640	-0,00996
<b>Mean</b>	<b>3,34</b>	<b>3,38</b>	<b>-0,04</b>		<b>0,0867075</b>	<b>-0,00247555</b>

Berdasarkan tabel diatas, maka rata-rata nilai gap pada dimensi *tangibles* dan *emphaty* bernilai negatif yaitu, *tangibles* dengan 9 subkriteria **-0,00036994** dan *emphaty* dengan 4 subkriteria **-0,00247555**. Sedangkan pada dimensi *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* memiliki rata-rata gap yang bernilai positif yaitu, *reliability* dengan 3 subkriteria **0,0045375**, *responsiveness* dengan 3 subkriteria **0,005674167**, dan pada dimensi *assurance* dengan 1 subkriteria **0,0028472**. rata-rata gap terbobot terbesar adalah pada dimensi *responsiveness* dengan nilai rata-rata gap terbobot yaitu sebesar 0,005674167 dan yang terkecil yaitu pada dimensi *Tangibles* dengan nilai rata-rata gap terbobot sebesar -0,00036994. Dan Atribut kualitas pelayanan yang perlu ditingkatkan dari perhitungan gap diatas adalah :

1. Atribut A6 (Keefektifan fasilitas internet atau wifi) gap yang diperoleh -0,18.
2. Atribut A9 (Kapasitas parkir) gap yang diperoleh -0,17.
3. Atribut A8 (Kondisi kantin) gap yang diperoleh -0,16.
4. Atribut A4 (Kondisi kebersihan toilet) gap yang diperoleh -0,13
5. Atribut E4 (Ketersediaan seluruh petugas mekanik) gap yang diperoleh -0,06.

## 6. KESIMPULAN

A. Dari rata-rata gap terbobot maka didapatkan rata-rata nilai gap pada dimensi *tangibles* dan *emphaty* bernilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa harapan konsumen lebih besar dari pada persepsi atau kenyataan yang diterima oleh konsumen di bengkel Akena Malang. Sedangkan pada dimensi *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* memiliki rata-rata gap yang bernilai positif. Artinya bahwa persepsi atau kenyataan yang diterima oleh konsumen lebih besar dari

harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh bengkel Akena Malang.

- B. Didapatkan bahwa urutan nilai gap tertinggi sampai terendah yaitu pada atribut A6 (terkait dengan keefektifan wifi yang tersedia), A9 (terkait dengan kapasitas parkir yang disediakan), A8 (terkait kondisi kantin), A4 (terkait dengan kondisi toilet) dan E4 (terkait dengan ketersediaan seluruh petugas mekanik). Nilai-nilai gap tersebut menunjukkan bahwa harapan dari konsumen terhadap kualitas pelayanan di bengkel Akena Malang belum sepenuhnya terpenuhi. Oleh karena itu, perlu perhatian lebih agar dapat ditingkatkan pelayanannya sesuai dengan prioritas yang telah diperoleh. Terkait dengan prioritas penyelesaian yang tertinggi sampai dengan terendah yaitu pada atribut E4 (1), A8 (2), A4 (3), A9 (4), A6 (5) sehingga perlu adanya perhatian dari pihak pengelola dengan adanya temuan penelitian ini.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ayu Rahma Nur Suryani 2014. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Servqual (Studi Kasus di Ria Djenaka Coffee House & Resto, Malang). 1(2): 1-2.
- Kasman Makkasau 2012. Penggunaan Metode Analytical Hierachy Process (AHP) Dalam Penentuan Prioritas Program Kesehatan (*Studi Kasus Program Promosi Kesehatan*).
- Winanda & Sriyanto. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan Metode Servqual (Service Quality) dan IPA (Importance Performance Analysis) (Studi Kasus Restoran Olive Fried Chicken). *Industrial Engineering Online Journal*, 5(4): 1-6.
- Ongkowijoyo, Yusak K. 2013. Persepsi dan Harapan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan di Restoran Roca, Artotel Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 1(2): 268-279.
- Purnamawati, E. 2008. Analisis Kualitas Layanan dengan Metode Servqual dan AHP di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil di Surabaya. *Tekmapro: Journal of Industrial Engineering and Management*, 3(1): 1-11.
- Liu, R., Cui, L., Zeng, G., Wu, H., Wang, C., Yan, S., & Yan, B. 2015. Applying the Fuzzy SERVQUAL Method to Measure the Service Quality in Certification & Inspection Industry. *Applied Soft Computing*, 26, 508–512.