

ANALISIS KEPUASAN PELAYANAN TEMPAT DI ALUN-ALUN KOTA SURABAYA MENGGUNAKAN METODE *SERVQUAL*

Fransiska Amelia Imu¹, Desrina Yusi Irawati², Agrienta Bellanov³
^{1,2,3}Program Studi Teknik Industri - Universitas Katolik Darma Cendika
Email: agrientabellanov@ukdc.ac.id

ABSTRAK

Abstrak : Alun-alun Surabaya merupakan salah satu alun-alun paling megah dan bawa tanah di Indonesia karena fasilitas yang sangat memadai, seperti halaman outdoor yang luas serta ditumbuhi pohon beringin dan rumput yang dapat memberikan rasa kenyamanan saat duduk di bagian outdoor. Untuk meningkatkan kualitas dari segi pelayanan yang ada, penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan masyarakat terhadap kualitas pelayanan tempat di Alun-alun Surabaya. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Surabaya, data dari sebaran kuesioner diolah menggunakan metode *Servqual* untuk mengetahui analisis kepuasan pelayanan tempat di Alun-alun Surabaya. Hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan sudah baik, karena nilai yang dihasilkan masih kurang dari 1 atau $(Q) < 1$.

Kata Kunci : *Servqual*, Alun-Alun Surabaya, Kualitas

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah kegiatan perjalanan dari waktu ke waktu, perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bukan hanya untuk tamasya atau rekreasi, tetapi sebuah perjalanan untuk memuaskan berbagai keinginan [1]. Pariwisata adalah upaya untuk menemukan keselarasan atau kesejahteraan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Seiring dengan berjalannya waktu, sektor pariwisata kini menjadi sektor yang penting bagi perekonomian Indonesia [2], terbukti bahwa retro pariwisata memberikan kontribusi langsung terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebanyak 4,2 persen pada tahun 2021 dimana nilai tersebut meningkat sebanyak 0,20 poin dari tahun 2020 yakni sebesar 4 persen saja [3].

Surabaya adalah kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta. Kota ini memiliki jumlah penduduk yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada Januari 2019, jumlah penduduk Kota Surabaya tercatat sebanyak 3.095.026 jiwa adapun tren pertumbuhan penduduk di Kota Surabaya dapat dilihat dari data kependudukan antara tahun 2010 hingga 2017, dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 0,52% dan diperkirakan akan terus meningkat [4].

Dengan adanya jumlah penduduk yang terus meningkat ini, pemerintah Kota Surabaya terus melakukan pengembangan tempat wisata di Surabaya agar dapat menjadi tempat hiburan. Beberapa tempat wisata yang sudah ada yakni Jembatan Suramadu, Tugu Pahlawan, Pantai Kenjeran, Kebun Binatang Surabaya, Dermaga

Utara Surabaya, dan salah satu tempat wisata yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu Alun-Alun Surabaya. Alun-alun Surabaya diresmikan pada 10 November 2021 dan resmi dibuka pada 19 Desember 2021. Alun-alun bagian luar mampu menampung maksimal 200 tamu, sedangkan ruang basement-nya mampu menampung 100 pengunjung. Ruang bawah tanah Balai Pemuda Surabaya menampung Alun-alun Surabaya. Area Outdoor Alun-alun Surabaya terbuka untuk umum setiap hari Senin hingga Minggu mulai pukul 07.00 hingga 21.00. WIB, sedangkan area basement buka setiap Selasa hingga Minggu mulai pukul 09.00 hingga 19.00. WIB. Pengunjung dapat memanfaatkan pameran karya seniman Surabaya secara gratis di basement Alun-alun Surabaya [5].

Kepuasan konsumen atau pengunjung terutama dipengaruhi oleh kualitas layanan pariwisata, yaitu seberapa baik konsumen mempersepsikan layanan atau layanan tersebut. Tingkat emosi ketika seseorang mengungkapkan temuan perbandingan antara kinerja produk (atau layanan) yang diterima dan diharapkan digambarkan sebagai kepuasan oleh [6]. Sementara itu, kualitas pelayanan digambarkan oleh [7] sebagai upaya untuk menyeimbangkan harapan pelanggan sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kepuasan wisatawan terhadap kualitas pelayanan tempat di Alun-alun Surabaya dapat menciptakan suasana yang nyaman sebagai tempat berlibur, ataupun jalan-jalan, sehingga timbulah rasa pada pengunjung untuk datang kembali dilain waktu. Oleh karena itu Alun-alun Surabaya akan memaksimalkan untuk terus melakukan kegiatan-kegiatan yang menyenangkan untuk menarik perhatian pengunjung, serta meberikan fasilitas tempat yang memadai.

Analisis kualitas pelayanan tempat di Alun-alun Surabaya menggunakan metode Servqual untuk mengukur kualitas dan kepuasan pelayanan. Menurut [8] dimensi reliability menjadi dimensi utama untuk mengetahui kepuasan konsumen, disusul oleh dimensi emphaty, assurance, responsiveness, dan tangibles. Metode ini diketahui memiliki beberapa kelebihan yakni keandalannya untuk mengidentifikasi suatu subjektifitas yang terjadi pada proses pengumpulan data yang disaring melalui kuesioner [9] dan juga dapat mengidentifikasi tingkat kepuasan pelanggan pada setiap atribut pelayanan [10], terbukti telah banyak penelitian yang menggunakan metode ini untuk mengetahui bagaimana kepuasan pelanggan pada suatu objek wisata, seperti penelitian dari [11] yang menggunakan metode ini untuk menganalisis kepuasan wisatawan terhadap pantai Wakka, han hasilnya adalah diperlukan teknik pemasaran yang lebih modern untuk meningkatkan pengunjung, ada juga penelitian dari [12] yang dapat menyimpulkan bahwa wisatawan taman wisata semarang puas pada kualitas pelayanan setempat.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan karakteristik produk atau jasa yang terdiri dari upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginanpelanggan serta ketepatan penyampaian jasa untuk memenuhi harapannya. Dimana harapan konsumen yang dimaksud adalah

harapan yang mengandung dimensi keandalan, keyakinan, daya tanggap, jaminan dan empati [13]. Kualitas layanan adalah salah satu komponen kepuasan pelanggan. Maka dari itu seringkali kualitas pelayanan disebut menjadi faktor utama dalam menunjang kepuasan pelanggan, [14] juga menjelaskan bahwa pelayanan merupakan penyebab terjadinya peningkatan/ penurunan yang berakibat pada puas/ tidaknya seorang konsumen pada suatu produk maupun jasa yang diterima.

Service Quality (Servqual)

Salah satu pendekatan kualitas layanan yang banyak digunakan dalam riset pemasaran adalah pendekatan dari [15], dimana Model SERVQUAL (kualitas pelayanan) yang dikembangkan oleh [15] pada serangkaian penelitian terhadap 6 sektor di bidang jasa, yakni reparasi peralatan rumah tangga, asuransi, kartu kredit, telepon jarak jauh, perdagangan saham dan perbankan ritel. SERVQUAL dibangun berdasarkan perbandingan dua faktor utama: layanan aktual yang diterima oleh pelanggan (*perceived service*) dan layanan aktual yang diterima oleh pelanggan (*perceived service*).

METODE PENELITIAN

Data Yang Diperlukan

Teknik Servqual yang menekankan kualitas pelayanan sebagai faktor terpenting dalam meningkatkan kepuasan pengunjung digunakan dalam pengolahan data. Dengan menyebarkan kuesioner, dilanjutkan dengan melakukan observasi, peneliti dapat mengumpulkan data dengan menggunakan tiga cara yang berbeda.

Alat Pengumpulan Data

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi yang dapat dipercaya mengenai topik yang diteliti dan hubungan antara jawaban responden/ pengunjung Alun-Alun dengan kenyataan dilapangan, khususnya kualitas pelayanan di Alun-Alun Surabaya. Metode Servqual memiliki lima dimensi: validitas, kekhususan, keandalan, empati, dan keyakinan. Masing-masing dari kelima dimensi tersebut juga memiliki atribut-atribut yang bertujuan untuk memudahkan penelitian pengunjung.

Perancangan Kuesioner

Kuesioner Terhadap Penilaian Kinerja Pelayanan Alun-Alun

Kuesioner ini mencakup beberapa pernyataan pilihan dalam bentuk skala tentang kinerja petugas. Pengunjung menilai pernyataan dari pilihan berikut ini berdasarkan perasaan mereka selama kunjungan, dimana skala tersebut terbagi menjadi 5 kategori dengan rincian sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	= 5
Tidak Setuju	= 4
Cukup Setuju	= 3
Setuju	= 2
Sangat Setuju	= 1.

Kuesioner Penilaian Harapan Terhadap Pengunjung

Dalam kuesioner ini nantinya akan membandingkan kualitas layanan dengan harapan pengunjung. Format pernyataan yang disampaikan oleh pengunjung hampir sama pada bagian sebelumnya. Pengunjung dapat menilai apa yang mereka rasakan selama kunjungan di Alun-Alun Surabaya, dimana mereka cukup memberikan penilaiannya dalam bentuk skala seperti berikut:

Sangat Tidak Setuju	= 5
Tidak Setuju	= 4
Cukup Setuju	= 3
Setuju	= 2
Sangat Setuju	= 1.

Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data diperoleh dari kuesioner yang telah di isi oleh responden di lokasi. Kuesioner berhasil diisi dengan total 105 responden. Kuesioner diberikan secara langsung dan diisi juga secara langsung oleh para responden di Alun-Alun Surabaya.

Pengolahan Data

Tahap ini melibatkan dua tahap pengambilan sampel, tahap pertama menggunakan pra-pengambilan sampel; tahap kedua menggunakan pengambilan sampel minimum, jika ditinjau menurut rumus Slovin, ukuran sampel ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad [1]$$

$$n = \frac{100}{1 + 100 (0,0025)} \quad [2]$$

= 105 responden

Dimana: n = ukuran sampel
N = populasi (105)
e = % kelonggaran ketidak telitian yang disebabkan kesalahan

Setelah proses pengumpulan data selesai, pemeriksaan validitas dan reliabilitas kuesioner tidak dilakukan untuk semua responden. Rumus korelasi *product moment* digunakan untuk memeriksa validitas kuesioner dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \quad [3]$$

r_{xy} = korelasi yang terjadi antara X dan Y
n = jumlah responden

- x = skor dari masing-masing pertanyaan
y = jumlah total, kriteria uji jika nilai r hitung > r tabel maka dinyatakan valid.

Pengujian Reliabilitas Data

Hal ini digunakan untuk mengetahui reliabilitas dari setiap pertanyaan kuesioner yang diukur dengan menghitung koefisien *Cronbac's Alpa* > 0,6. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad [4]$$

Tahap Pengolahan Data

Hal-hal berikut ini harus diperhitungkan saat menghitung dengan metode Servqual:

1. Melakukan perhitungan *Mean* dari pelayanan dan harapan pengunjung
Mari kita hitung nilai rata-rata (*Mean*) dari setiap atribut pelayanan petugas di Alun-alun Surabaya. Langkah ini dilakukan dengan cara menghitung nilai rata-rata (*mean*) untuk setiap atribut dari persepsi/ kenyataan dan harapan dari para pengunjung.
2. Menghitung kualitas layanan
Rumus untuk menghitung kualitas layanan

$$\text{Kualitas Pelayanan Jasa (Q)} = \frac{\text{Nilai persepsi setiap dimensi}}{\text{Nilai harapan setiap dimensi}} \quad [5]$$

3. Perhitungan untuk menentukan Nilai Servqual/ Gap
Nilai perhitungan Servqual dihitung menggunakan cara pengurangan nilai rata-rata dari persepsi pengunjung dengan nilai rata-rata dari harapan pengunjung Alun-alun Surabaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Kuesioner penelitian diisi oleh responden adalah sebanyak 15 Pertanyaan. Responden yang mengisi kuesioner harus memiliki kriteria sebagai berikut: Masyarakat yang berdomisili di Surabaya dan sekitar, dan yang pernah berkunjung di Alun-alun Surabaya. Data yang berberhasil terkumpul sebanyak 105 Responden. Isi pertanyaan kuesioner terdapat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Table 1. Atribut Kepuasan Pelayanan Tempat Alun-alun Surabaya

Keterangan	Atribut
<i>Responsibility</i>	1. Keramahan dari petugas Alun-alun Surabaya
	2. Petugas memberikan informasi yang mudah dipahami
	3. Tanggung jawab untuk resiko kehilangan barang

<i>Empaty</i>	4. Petugas Alun-alun Surabaya mampu berkomunikasi dengan baik 5. Informasi yang jelas mengenai jadwal kunjungan Alun-alun Surabaya 6. Informasi yang jelas mengenai fasilitas dan peraturan Alun-alun Surabaya 7. Pemahaman petugas tentang arean Alun-alun Surabaya
<i>Tangibles</i>	8. Fasilitas tempat yang menunjang pengunjung 9. Toilet bersih dan lengkap 10. Memiliki tempat parkir 11. Keamanan area Alun-alun Surabaya
<i>Reliability</i>	12. Ketepatan jam operasional yang sudah ditetapkan 13. Ketepatan tata letak parkir Alun-alun Surabaya
<i>Assurance</i>	14. Pengunjung bisa menanyakan langsung ke petugas Alun-alun Surabaya 15. Hubungan antara petugas dan pengunjung dapat berkomunikasi dengan baik

Sebelum data kuesioner dilanjutkan ke tahap pengolahan perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu terhadap kuesioner. Hasil pengolahan uji Validitas menunjukkan signifikan masing-masing atribut pertanyaan kurang dari 5% yang berarti seluruh data valid. Hasil pengujian validitas Presepsi Pengunjung dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Tabel Hasil Uji Validitas Presepsi

<i>Atribut</i>	<i>Koefisien Korelasi</i>		<i>Keterangan</i>
	<i>r-hitung</i>	<i>r-tabel</i>	<i>r-hitung > r-tabel</i>
<i>X1</i>	0,885272	0,1599	Valid
<i>X2</i>	0,894238	0,1599	Valid
<i>X3</i>	0,819649	0,1599	Valid
<i>X4</i>	0,910952	0,1599	Valid
<i>X5</i>	0,913767	0,1599	Valid
<i>X6</i>	0,933364	0,1599	Valid
<i>X7</i>	0,906989	0,1599	Valid
<i>X8</i>	0,88629	0,1599	Valid
<i>X9</i>	0,789763	0,1599	Valid
<i>X10</i>	0,84293	0,1599	Valid
<i>X11</i>	0,864341	0,1599	Valid
<i>X12</i>	0,917732	0,1599	Valid
<i>X13</i>	0,929344	0,1599	Valid
<i>X14</i>	0,902328	0,1599	Valid
<i>X15</i>	0,904105	0,1599	Valid

**Tabel 3. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Persepsi
Pengambilan Keputusan**

<i>Nilai Yang ditetapkan</i>	<i>Cronbach Alpa</i>	<i>Kesimpulan</i>
0,60	0,980565323	Reliabilitas

**Tabel 5. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Harapan
Pengambilan Keputusan**

<i>Nilai Yang ditetapkan</i>	<i>Cronbach Alpa</i>	<i>Kesimpulan</i>
0,60	0,976053002	Reliabilitas

Tahap Pengolahan Data

Proses untuk mengukur kualitas layanan diawali dengan cara menghitung ulang data dari kuesioner. Nilai pada kualitas layanan (GAP) untuk setiap atribut ditentukan dengan melihat selisih antara nilai rata-rata yang dirasakan dan nilai rata-rata yang diharapkan. Perhitungan nilai kualitas layanan (GAP) ditunjukkan pada Tabel 6:

Tabel 6. Tabel Hasil Perhitungan Pada GAP Pernyataan

<i>NO</i>	<i>Atribut Pertanyaan</i>	<i>Perhitungan</i>		
<i>Responsibility</i>		<i>Persepsi</i>	<i>Gap Harapan</i>	<i>GAP</i>
1	<i>Keramahan dari petugas Alun-alun Surabaya</i>	2,733333333	2,628571429	0,104761904
2	<i>Petugas memberikan informasi yang mudah dipahami</i>	2,857142857	2,685714286	0,171428571
3	<i>Bertanggung jawab untuk resiko kehilangan barang</i>	2,828571	2,78095238	0,047619
<i>Empaty</i>				
4	<i>Petugas Alun-alun Surabaya mampu berkomunikasi dengan baik</i>	2,666667	2,4952381	0,171429
5	<i>Informasi yang jelas mengenai jadwal kunjungan Alun-alun Surabaya</i>	2,657143	2,45714286	0,2
6	<i>Informasi yang jelas mengenai fasilitas dan peraturan Alun-alun Surabaya</i>	2,704762	2,56190476	0,142857
7	<i>Pemahaman petugas tentang arean Alun-alun Surabaya</i>	2,704762	2,57142857	0,133333
<i>Tangibles</i>				
8	<i>Fasilitas tempat yang menunjang pengunjung</i>	2,685714	2,74285714	-0,05714
9	<i>Toilet bersih dan lengkap</i>	2,685714	2,67619048	0,009524
10	<i>Memiliki tempat parkir</i>	2,733333	2,67619048	0,057143
11	<i>Keamanan area Alun-alun Surabaya</i>	2,695238	2,73333333	-0,0381
<i>Reliability</i>				
12	<i>Ketepatan jam operasional yang sudah ditetapkan</i>	2,67619	2,59047619	0,085714
13	<i>Ketepatan tata letak parkir Alun-alun Surabaya</i>	2,714286	2,67619048	0,038096

<i>Assurance</i>				
14	Pengunjung bisa menanyakan langsung ke petugas Alun-alun Surabaya	2,695238	2,61904762	0,07619
15	Hubungan antara petugas dan pengunjung dapat berkomunikasi dengan baik	2,752381	2,66666667	0,085714

Berdasarkan Tabel 6 di atas, hasil nilai yang diperoleh memiliki tanda positif (+) menunjukkan bahwa harapan pengunjung (responden) dari kualitas pelayanan membawa kepuasan bagi konsumen.

Tahap Analisa GAP Pada Setiap Dimensi

Terdapat 5 dimensi dalam metode Servqual ini jika ditinjau dari penelitian [16] dan [17], 5 dimensi tersebut adalah *Responsibility* (Daya tanggap), *Empaty* (Empati), *Tangibles* (Bukti), *Reliability* (Keandalan), *Assurance* (Jaminan). Hasil dari perhitungan tersebut kemudian digunakan untuk mengukur GAP untuk setiap dimensi yang mempengaruhi kualitas. Nilai rata-rata yang ada pada setiap dimensi diperoleh dengan cara menambahkan nilai rata-rata pada setiap atribut yang ada disetiap dimensi. Hasil yang muncul pada perhitungan GAP untuk setiap dimensi yang ada dirangkum dalam Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Perhitungan untuk GAP Pada Dimensi Kuesioener

NO	Dimensi Pernyataan	Selisih GAP		
		Persepsi	Harapan	GAP
1	<i>Responsibility</i>	8,419047619	8,095238095	0,323809524
2	<i>Empaty</i>	10,733333333	10,08571429	0,64761904
3	<i>Tangibles</i>	10,8	10,8285714	-0,0285714
4	<i>Reliability</i>	5,390476	5,26666667	0,12380933
5	<i>Assurance</i>	5,447619	5,28571429	0,16190471

Tabel 7 menunjukkan bahwa salah satu selisih antara GAP persepsi dan ekspektasi, yaitu tangibility, memiliki tanda negatif (-), yang berarti pengunjung (responden) merasa tidak puas.

Perhitungan Kualitas Layanan

Persamaan berikut ini dapat digunakan untuk menganalisis kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya:

$$\text{Kualitas Pelayanan Jasa (Q)} = \frac{\text{Nilai Persepsi setiap dimensi}}{\text{Nilai harapan setiap dimensi}}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, jika $Q \geq 1$, kualitas pelayanan di lokasi ini dinyatakan baik. Jika $Q < 1$, maka kualitas pelayanan di tempat ini dinyatakan tidak baik. Hasil perhitungan kualitas layanan diberikan pada Tabel 8 dibawah ini:

Tabel 8. Hasil perhitungan Kualitas Pelayanan

NO	Dimensi Pernyataan	Selisih GAP		Q_H^P
		Persepsi	Harapan	
1	<i>Responsibility</i>	8,419047619	8,095238095	1,04
2	<i>Empaty</i>	10,733333333	10,08571429	1,06421
3	<i>Tangibles</i>	10,8	10,8285714	0,997361
4	<i>Reliability</i>	5,390476	5,26666667	1,023508
5	<i>Assurance</i>	5,447619	5,28571429	1,030631
Rata-rata		8,15809519	7,912380949	1,031142344

KESIMPULAN DAN SARAN

• Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data mengenai kualitas pelayanan di alun- alun Surabaya dengan menggunakan metode serqual diperoleh Q rata-rata 1,03114234, yang berarti bahwa tingkat kualitas pelayanan di Alun-Alun Surabaya sudah masuk dalam kategori baik, karena nilai yang dihasilkan masih kurang dari 1 atau ($Q < 1$).

• Saran

Penelitian ini tentu tidak terlepas dari adanya ketidaksempurnaan, maka adari itu dibutuhkan saran atau metode pendukung lainnya untuk lebih menspesifikan bagaimana kualitas pelayanan di Alun-Alun Surabaya, bisa menggunakan tambahan metode IPA, atau metode lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] K. D. A. N. Olahraga, D. Mengembangkan, P. Desa, and W. Di, “KABUPATEN BENGKALIS”.
- [2] B. Silfia, A. Utami, and A. Kafabih, “Sektor Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19,” vol. 4, no. 1, pp. 8–14, 2021.
- [3] D. Produk and D. Bruto, “Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE),” vol. 7, no. 02, pp. 235–244, 2023.
- [4] C. Satelit, L. Multitemporal, A. Yumna, and L. Muhamad, “Analisis Perubahan Distribusi Urban Heat Island (UHI) di Kota Surabaya Menggunakan,” vol. 9, no. 2, 2020.
- [5] “Alun-alun Bawah Tanah Surabaya, Begini Cara Masuknya!” <https://www.rumah.com/areainsider/surabaya/article/alun-alun-bawah-tanah-surabaya-16796> (accessed Jul. 25, 2023).
- [6] A. Ariyanto, *Manajemen Pemasaran*. 2016.

- [7] W. Eliyawati, N. Sutjipta, and I. G. S. A. Putra, “Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Anggota Koperasi Unit Desa Suraberata Kecamatan Selemadeg Barat,” *J. Manaj. Agribisnis Univ. Udayana Bali*, vol. 4, no. 1, pp. 68–80, 2016, [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/agribisnis/article/download/21477/14203>
- [8] P. D. Manado, F. Ekonomi, and J. Manajemen, “PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ROYAL ’ S RESTO AND FUNCTION HALL DI KOTA TERNATE MARKETING MIX AND IT ’ S INFLUENCE ON THE DECISION TO BECOME CUSTOMERS IN BPR,” vol. 7, no. 1, pp. 871–880, 2019.
- [9] K. Layanan, “Proceeding Seminar Nasional WALUYO JATMIKO 2021 ANALISIS KUALITAS PELAYANAN YANG BERPENGARUH TERHADAP Program Studi Teknik Industri , Fakultas Teknik , Universitas Pembangunan Nasional ‘ Veteran ’ Jawa Timur Proceeding Seminar Nasional WALUYO JATMIKO 2021,” pp. 129–138, 2021.
- [10] J. Ekonomi, “Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi (JEBA) Volume 21 Nomor 03 Tahun 2019,” vol. 21, 2019.
- [11] M. Beddu, “PENGARUH METODE SERVIS QUALITY (SERQUAL) TERHADAP STRATEGI PEMASARAN OBJEK WISATA ALAM (Studi Kasus Objek Wisata Pantai Wakka Kabupaten Pinrang),” vol. 3, no. 1, pp. 101–130, 2019.
- [12] P. S. Pariwisata, S. Tinggi, P. Ambarrukmo, I. Kaya, and K. Pelayanan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Indonesia Kaya Semarang,” vol. 13, no. September, pp. 99–107, 2022, doi: 10.31294/khi.v13i2.12337.
- [13] D. D. Zeithalm, Valerie A, Bitner Mary Jo, Gremler, “Service Management Mewujudkan Layanan Prima,” no. March, pp. 3–4, 2013.
- [14] Purboyo *et al.*, *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*. 2021.
- [15] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, “Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality,” *J. Retail.*, vol. 64, no. January, 1998.
- [16] L. R. Noer, “Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Mahasiswa Magister Manajemen Teknologi Its Surabaya Dengan Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (Ipa),” *J. Res. Technol.*, vol. 2, no. 1, pp. 35–43, 2016, [Online]. Available: www.mmt.its.ac.id
- [17] Y. Prananda, D. R. Lucitasari, and M. S. Abdul Khannan, “Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan,” *Opsi*, vol. 12, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.31315/opsi.v12i1.2827.