

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Pelayanan Penyediaan Listrik Oleh PT. XYZ

Feri Budiman¹, Hadi Setiawan², Shanti Kirana A³

^{1,2,3}Jurusan Teknik Industri Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

feribudiman66@yahoo.com¹, hadi_s@ft-untirta.ac.id², s.kirana@ft-untirta.ac.id³

ABSTRAK

PT XYZ merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyediaan listrik di kawasan industri Cilegon. Pengukuran kualitas pelayanan perlu dilakukan demi tercapainya kepuasan pelanggan terhadap kinerja jasa penyedia listrik yang dilakukan oleh PT XYZ. Beberapa permasalahan yang terjadi pada perusahaan dari hasil wawancara kepada pelanggan yaitu adanya keluhan pelanggan pada jasa layanan listrik dan karena pelanggan industri merupakan pelanggan terbesar, maka peneliti melakukan penelitian mengenai evaluasi kinerja jasa agar mengetahui tanggapan, keinginan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan ini. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui nilai CSI (*Customer Satisfaction Index*) yaitu dengan menghitung nilai rata-rata persepsi dan dibandingkan dengan nilai rata-rata ekspektasi per dimensi, menentukan variabel yang harus menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan listrik di PT. XYZ dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Penelitian ini menggunakan pendekatan metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) adalah indeks kepuasan pengguna yang diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari pelayanan. IPA (*Importance Performance Analysis*) kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja. IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan.. Hasil penelitian diperoleh bahwa bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada pelayanan listrik secara keseluruhan adalah sebesar 73.09 %, bahwa responden sudah puas dan kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index*) perdimensi ialah pada dimensi keandalan (*Reliability*) dengan persentase 73.11%, dimensi jaminan (*Assurance*) dengan persentase 72.99%, dimensi penampilan fisik (*Tangible*) dengan persentase 72.89%, dimensi empati (*Emphaty*) dengan persentase 72.96%, dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) dengan persentase 73.78%. Sedangkan variabel yang menjadi prioritas perbaikan pada penelitian kali ini dengan evaluasi dari hasil metode IPA (*Importance Performance Analysis*) terhadap kinerja jasa pengguna listrik berdasarkan persepsi pelanggan secara umum harus dilakukan perbaikan berdasarkan jumlah atribut yang berada pada kuadran I sebanyak 6 atribut dan kuadran III sebanyak 12 atribut yang harus dilakukan perbaikan.

Kata Kunci: *Kepuasan Pelanggan Jasa, CSI (Customer Satisfaction Index), IPA (Importance Performance Analysis)*

PENDAHULUAN

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik. Pada kondisi tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelayanan pada PT. XYZ.

PT. XYZ merupakan anak perusahaan penghasil baja yang bergerak dalam bidang industri pembangkit listrik dan jasa kelistrikan. Tujuan didirikannya perusahaan ini adalah untuk memenuhi kebutuhan listrik di area industri. Pada saat itu pabrik-pabrik di kawasan industri cilegon mengalami perkembangan yang sangat pesat. Akibatnya kebutuhan akan energi listrik di kawasan tersebut juga semakin besar. Dengan berfokus pada tema yang diambil yaitu analisis kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah jasa listrik, PT. XYZ selalu berusaha untuk menjaga kualitas dan mutu pelayanan perusahaan. Untuk itu, setiap tahun PT. XYZ mengadakan Survey Kepuasan Pelanggan. Survey kepuasan pelanggan ini telah dilaksanakan

sejak tahun 2006. Hal ini merupakan wujud komitmen PT. XYZ yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan yang terdiri dari kinerja perusahaan dan harapan pelanggan sebagai dasar peningkatan pelayanan yang terus menerus kepada pelanggan. Hal tersebut sesuai dengan klausul dalam ISO 9001:2008.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada perusahaan dari hasil wawancara kepada pelanggan yaitu adanya keluhan pelanggan pada jasa layanan listrik dan karena pelanggan industri merupakan pelanggan terbesar, maka peneliti melakukan penelitian mengenai evaluasi kinerja jasa agar mengetahui tanggapan, keinginan dan harapan pelanggan terhadap pelayanan ini diperlukan metode yang sesuai. Metode untuk permasalahan ini adalah metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) dan IPA (*Importance Performance Analysis*). Alasan menggunakan metode ini, metode CSI (*Customer Satisfaction Index*) adalah indeks kepuasan pengguna yang diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari pelayanan. IPA (*Importance Performance Analysis*) kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003). IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat

mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. Peneliti mengumpulkan data berdasarkan data primer dan data sekunder, dimana data primer antara lain hasil kuesioner dan wawancara serta pengamatan langsung ke lapangan mengenai permasalahan yang terjadi dalam sistem pelayanan jasa listrik di perusahaan PT. XYZ. Untuk data sekunder berupa data profil perusahaan dari mulai sejarah perusahaan hingga organisasi perusahaan, aliran proses, aktivitas proses, dan waktu proses. Kemudian peneliti menetapkan 42 sampel yang telah ditetapkan berdasarkan pemakaian 100KVa. *Customer Satisfaction Index* digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh, Sedangkan untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan kinerja, digunakan metode *Importance Performance Analysis*.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui nilai CSI (*Customer Satisfaction Index*) yaitu dengan menghitung nilai rata-rata persepsi dan dibandingkan dengan nilai rata-rata ekspektasi per dimensi, menentukan variabel yang harus menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan listrik di PT. XYZ dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*).

METODE PENELITIAN

Tahapan penelitian untuk analisis kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan penyediaan listrik di PT. XYZ:

Pengumpulan data berdasarkan data primer dan data sekunder, dimana data primer antara lain hasil kuesioner dan wawancara serta pengamatan langsung ke lapangan mengenai permasalahan yang terjadi dalam sistem pelayanan jasa listrik di perusahaan PT. XYZ. Untuk data sekunder berupa data profil perusahaan dari mulai sejarah perusahaan hingga organisasi perusahaan, aliran proses, aktivitas proses, dan waktu proses. Pembuatan kuesioner pada penelitian menggunakan metode *Servqual* untuk menentukan kriteria-kriteria yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner dengan dimensi umum yang digunakan antara lain *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Kuesioner dibuat untuk mengetahui kinerja pegawai dan tingkat kepuasan pelanggan terhadap jasa listrik di PT. XYZ.

Responden pelanggan perusahaan dari PT. XYZ diambil dari beberapa perusahaan yang sering menggunakan pelayanan jasa dari PT. XYZ. Jumlah perusahaan atau responden yang mengisi kuesioner mengenai tingkat kinerja dari PT. XYZ dan harapan pelanggan sebanyak 42 pelanggan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel tanpa peluang (*Nonprobability Sampling*), dimana metode *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2011). Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan metode *convenience sampling*, dimana responden dipilih berdasarkan atas ketersediaan dan kemudahan untuk mendapatkannya (berada di tempat dan waktu yang tepat) serta memenuhi syarat yang telah ditentukan.

Penyusunan kuesioner berdasarkan dimensi *Servqual* antara lain *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Semua dimensi tersebut berhubungan dengan pelanggan karena yang akan diteliti berhubungan dengan kinerja (*performansi*) dan harapan (*ekspektasi*) yang pelanggan rasakan terhadap jasa pelayanan dari PT. XYZ. Skala yang digunakan dalam kuesioner ini menggunakan skala likert.

Uji validitas ini dilakukan dengan 2 cara yaitu manual perhitungan *Microsoft Excell* dengan menggunakan teknik *Moment Pearson* dan dengan menggunakan bantuan *SPSS 16*. Perhitungan manual dilakukan dengan membandingkan *r* tabel dengan *r* hitung. Jika *r* hitung > *r* tabel maka atribut tersebut dinyatakan valid begitu juga sebaliknya. Dalam hal ini atribut atau indikator yang tidak valid tidak diikutsertakan dalam perhitungan selanjutnya dan data yang valid akan dilanjutkan dalam perhitungan selanjutnya.

Uji realibilitas ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan bantuan *SPSS 16*. Dimana jika hasil perhitungan dengan *SPSS* mendapatkan nilai $\alpha > 6$ maka dinyatakan reliabel.

Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner, maka dapat diketahui masing-masing nilai variabel *performansi* dan *ekspektasi* kualitas pelayanan konsumen listrik seberapa besar tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan, apakah tingkat kepuasan yang diperoleh sudah cukup atau belum, bila dibandingkan dengan hasil *index* pesaing/studi periode sebelumnya baru mudah untuk diinterpretasikan. Serta dapat menentukan nilai *indeks* kepuasan pelanggan atau konsumen setiap variabel.

Setelah itu dilanjutkan ketahap selanjutnya, dimana dapat diketahui faktor-faktor yang harus diperbaiki dan harus dipertahankan. Untuk kuadran I perlu peningkatan kinerja, karena pelanggan kurang merasa puas sedangkan faktor tersebut dianggap sangat penting, sedangkan untuk kuadran II merupakan faktor yang harus dipertahankan karena akan pelanggan mendapatkan kepuasan, kuadran III berisikan prioritas rendah, pihak manajemen tidak terlalu memprioritaskan untuk perbaikan, tetapi jika ingin dilakukan perbaikan akan jauh lebih baik untuk mendapatkan hasil yang jauh lebih sempurna bagi perusahaan sehingga tidak kalah dengan kompetitornya, kuadran IV berisikan cenderung berlebihan, sehingga faktor-faktor tersebut tidak perlu diperhatikan.

Dan sebaiknya perhatian dialihkan kepada kuadran I. terdapat aktivitas-aktivitas yang berada pada kuadran I dan III., dimana yang menjadi fokus perbaikan adalah pada kuadran I karena memiliki tingkat kinerja yang rendah tetapi memiliki tingkat harapan yang tinggi. Untuk kuadran III dilakukan perbaikan pada beberapa proses.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembuatan kuesioner penelitian menggunakan variabel pada *Servqual* (*Service of Quality*) yaitu dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Setiap variabel terdiri dari beberapa atribut. Berikut merupakan atribut dari tiap-tiap variabel.

Tabel 1 Atribut kuesioner

Kriteria	Urutan	Atribut
Reliability (Keandalan)	No.1	Permintaan penambahan daya dapat dilakukan secara <i>on-line</i>
	No.2	<i>Call center</i> juga dapat berfungsi sebagai sarana permintaan tambah daya dan pasang baru
	No.3	Biaya yang transparan dan standar sesuai peraturan
	No.4	Pembayaran dapat dilakukan secara <i>online</i>
	No.5	Isi ulang voucher listrik dapat dilakukan secara <i>on-line</i>
	No.6	Tidak adanya pemadaman listrik
	No.7	Kestabilan pasokan tegangan listrik pada pelanggan
	No.8	Kepastian waktu pemulihan gangguan
	No.9	Menyelesaikan gangguan secara menyeluruh dan tuntas
Jaminan (Assurance)	No.10	Pengaduan pelanggan dapat dilakukan melalui SMS <i>center & Call Center</i>
	No.11	Penggantian alat stand meter dari yang lama menjadi listrik Prabayar diberikan secara gratis
	No.12	Pemberitahuan terhadap pelanggan yang telat membayar
	No.13	Pemberian dispensasi bagi pelanggan-pelanggan yang telat membayar karena suatu hal
	No.14	Ketelitian pencatatan KWH meter
	No.15	Kesesuaian jumlah tagihan rekening dengan stand meter
	No.16	Biaya yang transparan dan standar sesuai peraturan
	No.17	Jaminan memperoleh daya listrik sesuai permintaan
	No.18	Kedatangan rutin petugas pencatat KWH meter
Penampilan Fisik (Tangible)	No.19	Tempat pembayaran rekening listrik yang nyaman & mudah dijangkau
	No.20	Voucher listrik dapat dibeli tidak hanya di bank dan kantor KDL, tetapi juga dapat dibeli di tempat umum (agen-agen pembayaran listrik)
	No.21	Penampilan karyawan KDL bersih, rapi, dan simpatik
	No.22	Pencatatan teknis petugas pemeliharaan jaringan listrik lengkap dan modern
Empati (Empathy)	No.23	Kejelasan informasi mengenai produk-produk layanan KDL
	No.24	Kejelasan informasi mengenai kenaikan TDL
	No.25	Kemudahan dalam mengurus penambahan daya atau pasang baru
	No.26	Sosialisasi penggunaan listrik Prabayar
	No.27	Tidak membedakan pelayanan antar pelanggan
	No.28	KDL melakukan sosialisasi tentang produk-pelayanan terbaru kepada pelanggan
	No.29	Petugas catet menginformasikan jumlah pemakaian listrik
	No.30	Kepekaan karyawan terhadap kebutuhan pelanggan
	No.31	Sikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan
	No.32	Perhatian khusus terhadap masalah yang dihadapi pelanggan
Daya Tanggap (Responsiveness)	No.33	Kecepatan dalam menanggapi keluhan awal
	No.34	Kecepatan dalam menyelesaikan gangguan
	No.35	kecepatan dalam memberikan informasi gangguan
	No.36	Kecepatan dalam memberikan respon pada permintaan pelanggan

Setelah didapatkan hasil dari kuesioner dengan dimensi servqual kepada 42 responden, maka dilakukan uji validasi dari hasil tersebut. Uji validasi dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Sunyoto, 2011). Dalam penelitian kali ini uji validasi dilakukan untuk mengukur tingkat sah dari kuesioner tersebut. Kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Sunyoto, 2011). Dalam perhitungan uji validasi menggunakan dua cara yaitu secara manual dan bantuan *software* SPSS. Berdasarkan tabel R untuk nilai r dengan N sebesar 42 dan tingkat ketelitian 5% sebesar 0.304. Berikut merupakan perhitungan uji validasi dengan cara manual dan menggunakan SPSS 16 :

Tabel 2 Validasi Kinerja Perusahaan

Atribut	Rhitung	Rtabel	Ket
1	0.501	0.304	Valid
2	0.683	0.304	Valid
3	0.500	0.304	Valid
4	0.473	0.304	Valid

5	0.623	0.304	Valid
6	0.473	0.304	Valid
7	0.435	0.304	Valid
8	0.473	0.304	Valid
9	0.435	0.304	Valid
10	0.461	0.304	Valid
11	0.623	0.304	Valid
12	0.504	0.304	Valid
13	0.640	0.304	Valid
14	0.650	0.304	Valid
15	0.577	0.304	Valid
16	0.583	0.304	Valid
17	0.501	0.304	Valid
18	0.683	0.304	Valid
19	0.500	0.304	Valid
20	0.473	0.304	Valid
21	0.623	0.304	Valid
22	0.438	0.304	Valid
23	0.603	0.304	Valid
24	0.577	0.304	Valid
25	0.467	0.304	Valid
26	0.473	0.304	Valid
27	0.435	0.304	Valid
28	0.327	0.304	Valid
29	0.320	0.304	Valid
30	0.504	0.304	Valid
31	0.491	0.304	Valid
32	0.623	0.304	Valid
33	0.438	0.304	Valid
34	0.623	0.304	Valid
35	0.504	0.304	Valid
36	0.640	0.304	Valid

dapat diketahui dari tabel validitas kinerja perusahaan bahwa nilai r hitung sebesar 0.501. Nilai r hitung tersebut lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0.304. Sehingga dapat dikatakan bahwa atribut 1 atau pertanyaan 1 dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

Tabel 3 Validasi Harapan Pelanggan

Atribut	Rhitung	Rtabel	Ket
1	0.533	0.304	Valid
2	0.632	0.304	Valid
3	0.620	0.304	Valid
4	0.696	0.304	Valid
5	0.584	0.304	Valid
6	0.632	0.304	Valid
7	0.664	0.304	Valid
8	0.660	0.304	Valid
9	0.589	0.304	Valid
10	0.405	0.304	Valid
11	0.564	0.304	Valid
12	0.718	0.304	Valid
13	0.512	0.304	Valid
14	0.661	0.304	Valid
15	0.506	0.304	Valid
16	0.524	0.304	Valid
17	0.617	0.304	Valid
18	0.589	0.304	Valid
19	0.506	0.304	Valid
20	0.424	0.304	Valid
21	0.405	0.304	Valid
22	0.632	0.304	Valid
23	0.589	0.304	Valid
24	0.506	0.304	Valid
25	0.632	0.304	Valid
26	0.664	0.304	Valid
27	0.660	0.304	Valid
28	0.533	0.304	Valid
29	0.632	0.304	Valid
30	0.405	0.304	Valid
31	0.718	0.304	Valid
32	0.620	0.304	Valid
33	0.718	0.304	Valid
34	0.512	0.304	Valid
35	0.661	0.304	Valid
36	0.696	0.304	Valid

dapat diketahui dari tabel validitas harapan pelanggan bahwa nilai r hitung sebesar 0.501. Nilai r hitung tersebut lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0.304. Sehingga dapat dikatakan bahwa atribut 1 atau pertanyaan 1 dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel.

Uji reliabilitas dilakukan secara perhitungan manual dan menggunakan software SPSS. Untuk software SPSS menggunakan *alpha-cronbach*. Dalam perhitungan reliabilitas, terdapat ketetapan nilai yang dibagi dalam lima kelas dengan *range* yang sama, seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 4 Ketetapan Nilai Reliabilitas

Alpha Cronbach's	Tingkat Reliabilitas
0.00 s/d 0.20	Kurang Reliabel
0.21 s/d 0.40	Agak Reliabel
0.41 s/d 0.60	Cukup Reliabel
0.61 s/d 0.80	Reliabel
0.81 s/d 1.00	Sangat Reliabel

Tabel 5 Uji Reliabilitas Kinerja Perusahaan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.923	36

Dari hasil pada tabel dapat dilihat bahwa dengan menggunakan bantuan software spss nilai *cronbach's alpha* tidak jauh dengan perhitungan manual yaitu sebesar 0.92 dengan *N of item* sebanyak 36. Nilai tersebut berada diantara range 0.81-1.00 sehingga masuk ke dalam kategori sangat reliabel.

Tabel 6 Uji Reliabilitas Harapan Pelanggan
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	36

Dari hasil pada tabel dapat dilihat bahwa dengan menggunakan bantuan software spss nilai *cronbach's alpha* tidak jauh dengan perhitungan manual yaitu sebesar 0.947 dengan *N of item* sebanyak 36. Nilai tersebut berada diantara range 0.81-1.00 sehingga masuk ke dalam kategori sangat reliabel.

CSI (*Customer Satisfaction Index*) merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pengguna yang senang dalam suatu survey kepuasan. CSI diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut suatu pelayanan. Indikator dapat dihitung berdasarkan penilaian responden yang diungkapkan dengan skala numerik seperti likert. Berikut tabel hasil perhitungan CSI.

Tabel 7 CSI (Customer Satisfaction Index) Keseluruhan

No	Variabel	Performansi (PI)	Ekspetasi (EI)	Skor
1	Penambahan daya secara <i>on-line</i>	3.64	4.31	15.70
2	<i>Call center</i> berfungsi sebagai sarana pelayanan	3.57	3.67	13.10
3	Biaya yang transparan	3.50	4.24	14.83
4	Pembayaran secara <i>online</i>	3.90	4.21	16.46
5	Isi ulang voucher listrik dapat dilakukan secara <i>on-line</i>	3.31	3.88	12.84
6	Tidak adanya pemadaman listrik	4.05	3.64	14.74
7	Kestabilan tegangan listrik	3.45	3.88	13.40

8	Waktu pemulihan gangguan	4.05	3.79	15.32
9	Menyelesaikan gangguan secara menyeluruh dan tuntas	3.45	4.00	13.81
10	Pengaduan pelanggan dapat melalui SMS <i>center</i>	3.88	4.50	17.46
11	Penggantian alat stand meter	3.31	3.93	13.00
12	Pemberitahuan yang telat membayar	3.79	3.86	14.60
13	Dispensasi bagi telat membayar	3.74	3.98	14.86
14	Pencatatan KWH meter	3.81	3.90	14.88
15	Kesesuaian jumlah tagihan rekening	3.55	3.76	13.35
16	Biaya sesuai peraturan	3.52	3.88	13.68
17	Jaminan memperoleh daya listrik	3.64	4.10	14.92
18	Petugas pencatat KWH meter	3.57	3.95	14.12
19	Tempat pembayaran rekening listrik yang nyaman & mudah dijangkau	3.50	3.76	13.17
20	Voucher listrik dapat dibeli di tempat umum (agen-agen pembayaran listrik)	3.90	3.88	15.15
21	Penampilan perusahaan simpatik	3.31	4.50	14.89
22	Pemeliharaan jaringan listrik	3.93	3.67	14.40
23	Informasi mengenai produk-produk layanan perusahaan	3.71	3.95	14.68
24	Informasi mengenai kenaikan TDL	3.55	3.76	13.35
25	Kemudahan dalam pasang baru	3.69	3.64	13.44
26	Sosialisasi penggunaan listrik prabayar	4.05	3.88	15.71
27	Tidak membedakan pelayanan antar pelanggan	3.45	3.79	13.07
28	Perusahaan melakukan sosialisasi terbaru kepada pelanggan	3.74	4.31	16.11
29	Menginformasikan jumlah pemakaian listrik	3.69	3.67	13.53
30	Kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan	3.79	4.50	17.04
31	Sikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	3.50	3.86	13.50
32	Perhatian khusus terhadap masalah yang dihadapi pelanggan	3.31	4.24	14.03
33	Kecepatan dalam menanggapi keluhan awal	3.93	3.86	15.15
34	Kecepatan dalam menyelesaikan gangguan	3.31	3.98	13.16
35	kecepatan dalam memberikan informasi gangguan	3.79	3.90	14.78
36	Kecepatan dalam memberikan respon	3.74	4.21	15.75
Total		131.62	142.83	521.98
CSI		73.09		

dapat dilihat bahwa tingkat kepuasan pelanggan pada pelayanan listrik ini adalah sebesar 73.09 % dan nilai ini berada pada rentang 66% - 80% yang berarti secara keseluruhan responden puas. Kriteria penilaian CSI dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8 Kriteria Penilaian CSI (Ihsani :2005)

Nilai CSI (%)	Kriteria CSI
81 – 100	Sangat puas
66 – 80	Puas
51 – 65	Cukup puas
35 – 50	Kurang puas
0 – 34	Tidak puas

Tabel 9 CSI (Customer Satisfaction Index) Reliability

Kriteria	Urutan	Atribut	Performansi (PI)	Ekspektasi (EI)	Skor
Reliability (Keandalan)	No.1	Permintaan penambahan daya dapat dilakukan secara <i>on-line</i>	3.64	4.31	15.70
	No.2	<i>Call center</i> juga dapat berfungsi sebagai sarana permintaan tambah daya dan pasang baru	3.57	3.67	13.10
	No.3	Biaya yang transparan dan standar sesuai peraturan	3.50	4.24	14.83
	No.4	Pembayaran dapat dilakukan secara <i>online</i>	3.90	4.21	16.46
	No.5	Isi ulang voucher listrik dapat dilakukan secara <i>on-line</i>	3.31	3.88	12.84
	No.6	Tidak adanya pemadaman listrik	4.05	3.64	14.74
	No.7	Kestabilan pasokan tegangan listrik pada pelanggan	3.45	3.88	13.40
	No.8	Kepastian waktu pemulihan gangguan	4.05	3.79	15.32
	No.9	Menyelesaikan gangguan secara menyeluruh dan tuntas	3.45	4.00	13.81
Total			32.93	35.62	130.20
CSI Reliability			73.11		

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) untuk dimensi

Reliability mendapatkan nilai sebesar 73.11 %. Nilai ini termasuk pada rentang 66% - 80% yang berarti dimensi produk termasuk ke dalam kriteria puas menurut responden.

Tabel 10 CSI (Customer Satisfaction Index) Assurance

Kriteria	Urutan	Atribut	Performansi (PI)	Ekspektasi (EI)	Skor
Jaminan (Assurance)	No.10	Pengaduan pelanggan dapat dilakukan melalui SMS center & Call Center	3.88	4.50	17.46
	No.11	Penggantian alat stand meter dari yang lama menjadi listrik prabayar diberikan secara gratis	3.31	3.93	13.00
	No.12	Pemberitahuan terhadap pelanggan yang telat membayar	3.79	3.86	14.60
	No.13	Pemberian dispensasi bagi pelanggan-pelanggan yang telat membayar karena suatu hal	3.74	3.98	14.86
	No.14	Ketelitian pencatatan KWH meter	3.81	3.90	14.88
	No.15	Kesesuaian jumlah tagihan rekening dengan stand meter	3.55	3.76	13.35
	No.16	Biaya yang transparan dan standar sesuai peraturan	3.52	3.88	13.68
	No.17	Jaminan memperoleh daya listrik sesuai permintaan	3.64	4.10	14.92
	No.18	Kedatangan rutin petugas pencatat KWH meter	3.57	3.95	14.12
	Total	32.81	35.86	130.86	
	CSI Assurance	72.99			

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) untuk dimensi Assurance mendapatkan nilai sebesar 72.99 %. Nilai ini termasuk pada rentang 66% - 80% yang berarti dimensi produk termasuk ke dalam kriteria puas menurut responden.

Tabel 11 CSI (Customer Satisfaction Index) Tangible

Kriteria	Urutan	Atribut	Performansi (PI)	Ekspektasi (EI)	Skor
Penampilan Fisik (Tangible)	No.19	Tempat pembayaran rekening listrik yang nyaman & mudah dijangkau	3.50	3.76	13.17
	No.20	Voucher listrik dapat dibeli tidak hanya di bank dan kantor KDL, tetapi juga dapat dibeli di tempat umum (agen-agen pembayaran listrik)	3.90	3.88	15.15
	No.21	Penampilan karyawan KDL bersih, rapi, dan simpatik	3.31	4.50	14.89
	No.22	Pencatatan teknis petugas pemeliharaan jaringan listrik lengkap dan modern	3.93	3.67	14.40
		Total	14.64	15.81	57.62
	CSI Tangible	72.89			

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) untuk dimensi Tangible mendapatkan nilai sebesar 72.89 %. Nilai ini termasuk pada rentang 66% - 80% yang berarti dimensi produk termasuk ke dalam kriteria puas menurut responden.

Tabel 12 CSI (Customer Satisfaction Index) Emphaty

Kriteria	Urutan	Atribut	Performansi (PI)	Ekspektasi (EI)	Skor
Empati (Emphaty)	No.23	Kejelasan informasi mengenai produk-produk layanan KDL	3.71	3.95	14.68
	No.24	Kejelasan informasi mengenai kenaikan TDL	3.55	3.76	13.35
	No.25	Kemudahan dalam mengurus penambahan daya atau pasang baru	3.69	3.64	13.44
	No.26	Sosialisasi penggunaan listrik prabayar	4.05	3.88	15.71
	No.27	Tidak membedakan pelayanan antar pelanggan	3.45	3.79	13.07
	No.28	KDL melakukan sosialisasi	3.74	4.31	16.11

		entang produk-pelayanan terbaru kepada pelanggan			
No.29		Petugas catet menginformasikan umlah pemakaian listrik	3.69	3.67	13.53
No.30		Kepekaan karyawan terhadap kebutuhan pelanggan	3.79	4.50	17.04
No.31		Sikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	3.50	3.86	13.50
No.32		Perhatian khusus terhadap masalah yang dihadapi pelanggan	3.31	4.24	14.03
		Total	36.48	39.60	144.45
		CSI Emphaty	72.96		

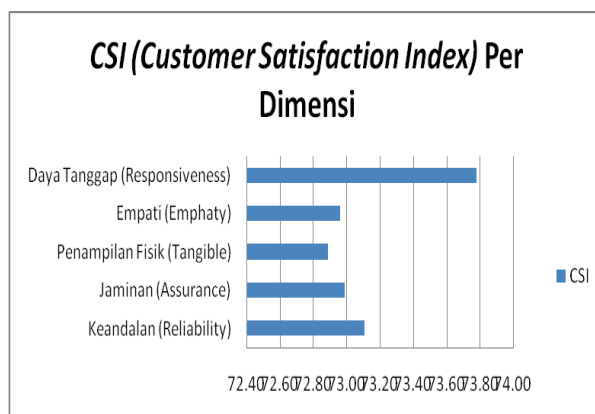
Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) untuk dimensi Emphaty mendapatkan nilai sebesar 72.96 %. Nilai ini termasuk pada rentang 66% - 80% yang berarti dimensi produk termasuk ke dalam kriteria puas menurut responden.

Tabel 13 CSI (Customer Satisfaction Index) Responsiveness

Kriteria	Urutan	Atribut	Performansi (PI)	Ekspektasi (EI)	Skor
Daya Tanggapan (Responsiveness)	No.33	Kecepatan dalam menanggapi keluhan awal	3.93	3.86	15.15
	No.34	Kecepatan dalam menyelesaikan gangguan	3.31	3.98	13.16
	No.35	Kecepatan dalam memberikan informasi gangguan	3.79	3.90	14.78
	No.36	Kecepatan dalam memberikan respon pada permintaan pelanggan	3.74	4.21	15.75
		Total	14.76	15.95	58.85
		CSI Responsiveness	73.78		

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) untuk dimensi Responsiveness mendapatkan nilai sebesar 73.78 %. Nilai ini termasuk pada rentang 66% - 80% yang berarti dimensi produk termasuk ke dalam kriteria puas menurut responden.

Setelah dilakukan perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) pada masing-masing dimensi didapatkan hasil pada grafik dibawah.



Gambar 1 Grafik Customer Satisfaction Index

Tabel 14 Customer Satisfaction Index rekapitulasi per dimensi.

Nomer	Dimensi	CSI%
1	Keandalan (Reliability)	73.11
2	Jaminan (Assurance)	72.99
3	Penampilan Fisik (Tangible)	72.89
4	Empati (Emphaty)	72.96
5	Daya Tanggapan (Responsiveness)	73.78

Berdasarkan gambar grafik tersebut dan tabel diatas, yang mempunyai nilai tinggi adalah dari dimensi pelayanan responsiveness, berarti hal ini membuktikan bahwa responden menganggap pelayanan sudah cukup bagus.

Kemudian dilanjutkan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisa yang memudahkan usulan perbaikan kinerja.

Tingkat Kesesuaian dilakukan untuk menentukan prioritas dalam perbaikan pelayan yang akan dilakukan oleh PT. XYZ. Berikut merupakan tingkat kesesuaian dari tingkat kinerja dan harapan.

Tabel 15 Tingkat Kesesuaian

No	Variabel	Performansi (PI)	Ekspetasi (EI)	Kesesuaian (%)
1	Penambahan daya secara on-line	153	181	84.5
2	Call center berfungsi sebagai sarana pelayanan	150	154	97.4
3	Biaya yang transparan	147	178	82.6
4	Pembayaran secara online	164	177	92.7
5	Isi ulang voucher listrik dapat dilakukan secara on-line	139	163	85.3
6	Tidak adanya pemadaman listrik	170	153	111.1
7	Kestabilan tegangan listrik	145	163	89.0
8	Waktu pemulihan gangguan	170	159	106.9
9	Penyelesaian gangguan secara menyeluruh dan tuntas	145	168	86.3
10	Pengaduan pelanggan dapat melalui SMS center	163	189	86.2
11	Penggantian alat stand meter	139	165	84.2
12	Pemberitahuan yang telat membayar	159	162	98.1
13	Dispensasi bagi telat membayar	157	167	94.0
14	Pencatatan KWH meter	160	164	97.6
15	Kesesuaian jumlah tagihan rekening	149	158	94.3
16	Biaya sesuai peraturan	148	163	90.8
17	Jaminan memperoleh daya listrik	153	172	89.0
18	Petugas pencatat KWH meter	150	166	90.4
19	Tempat pembayaran rekening listrik yang nyaman & mudah dijangkau	147	158	93.0
20	Voucher listrik dapat dibeli di tempat umum (agen-agen pembayaran listrik)	164	163	100.6
21	Penampilan perusahaan simpatik	139	189	73.5
22	Pemeliharaan jaringan listrik	165	154	107.1
23	Informasi mengenai produk-produk layanan perusahaan	156	166	94.0
24	Informasi mengenai kenaikan TDL	149	158	94.3
25	Kemudahan dalam pasang baru	155	153	101.3
26	Sosialisasi penggunaan listrik prabayar	170	163	104.3
27	Tidak membedakan pelayanan antar pelanggan	145	159	91.2
28	Perusahaan melakukan sosialisasi terbaru kepada pelanggan	157	181	86.7
29	Menginformasikan jumlah pemakaian listrik	155	154	100.6
30	Kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan	159	189	84.1
31	Sikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	147	162	90.7
32	Perhatian khusus terhadap masalah yang dihadapi pelanggan	139	178	78.1
33	Kecepatan dalam menanggapi keluhan awal	165	162	101.9
34	Kecepatan dalam menyelesaikan gangguan	139	167	83.2
35	Kecepatan dalam memberikan informasi gangguan	159	164	97.0
36	Kecepatan dalam memberikan respon	157	177	88.7
Total		5528	5999	3330.87
Rata-rata		153.56	166.64	92.52

Tingkat kesesuaian merupakan perbandingan antara skor kinerja (*performance*) dengan skor tingkat harapan (ekspektasi) yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan kinerja setiap atribut dalam variabel kualitas (Supranto, 2001). Apabila nilai kesesuaian masing-masing atribut melebihi nilai kesesuaian rata-ratanya maka dikatakan pelanggan puas, tetapi apabila berada dibawah nilai kesesuaian rata-ratanya maka dianggap perlu ditingkatkan. (Supranto, 2001). Dimana tingkat kesesuaian rata-rata ialah 92.52%, apabila tingkat kesesuaian kurang dari 92.52% itu perlu perbaikan atau action. Dan sebaliknya

apabila tingkat kesesuaian lebih dari 92.52% harus mempertahankan atau hold.

Tabel 16 Tingkat Kesesuaian

No	Tingkat Kesesuaian (%)	Keputusan Hold or Action
No.1	84.53	Action
No.2	97.40	Hold
No.3	82.58	Action
No.4	92.66	Hold
No.5	85.28	Action
No.6	111.11	Hold
No.7	88.96	Action
No.8	106.92	Hold
No.9	86.31	Action
No.10	86.24	Action
No.11	84.24	Action
No.12	98.15	Hold
No.13	94.01	Hold
No.14	97.56	Hold
No.15	94.30	Hold
No.16	90.80	Action
No.17	88.95	Action
No.18	90.36	Action
No.19	93.04	Hold
No.20	100.61	Hold
No.21	73.54	Action
No.22	107.14	Hold
No.23	93.98	Hold
No.24	94.30	Hold
No.25	101.31	Hold
No.26	104.29	Hold
No.27	91.19	Action
No.28	86.74	Action
No.29	100.65	Hold
No.30	84.13	Action
No.31	90.74	Action
No.32	78.09	Action
No.33	101.85	Hold
No.34	83.23	Action
No.35	96.95	Hold
No.36	88.70	Action

Selanjutnya mencari skor kinerja perusahaan dan harapan dari pelanggan. Hasil dari skor tersebut akan digunakan dalam pembuatan diagram kartesius yang terdiri dari 4 kuadran (kuadran I,II,III,IV).

Atribut tersebut akan dimasukkan kedalam *kuadran analysis* berdasarkan rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja. Berikut merupakan nilai rata-rata dari kinerja dan kepentingan untuk *kuadran analysis*.

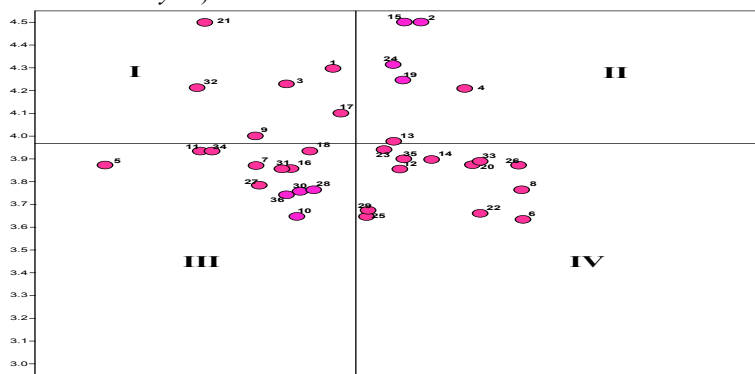
Tabel 17 Nilai Rata-Rata

Atribut	Nilai rata-rata kinerja perusahaan	Nilai rata-rata kepentingan
No.1	3.64	4.31
No.2	3.88	4.50
No.3	3.50	4.24
No.4	3.90	4.21
No.5	3.31	3.88
No.6	4.05	3.64
No.7	3.45	3.88
No.8	4.05	3.79
No.9	3.45	4.00
No.10	3.57	3.67
No.11	3.31	3.93
No.12	3.79	3.86
No.13	3.74	3.98
No.14	3.81	3.90
No.15	3.79	4.50
No.16	3.52	3.88
No.17	3.64	4.10
No.18	3.57	3.95
No.19	3.74	4.21
No.20	3.90	3.88
No.21	3.31	4.50
No.22	3.93	3.67
No.23	3.71	3.95
No.24	3.74	4.31
No.25	3.69	3.64
No.26	4.05	3.88
No.27	3.45	3.79
No.28	3.55	3.76
No.29	3.69	3.67
No.30	3.55	3.76
No.31	3.50	3.86
No.32	3.31	4.24
No.33	3.93	3.86

No.34	3.31	3.98
No.35	3.79	3.90
No.36	3.50	3.76
Average	3.66	3.97

Nilai rata-rata dari tingkat kinerja perusahaan dan harapan pelanggan akan dijadikan batasan pada diagram kartesius untuk kuadran I,II,III,IV. Untuk tingkat kinerja dari perusahaan akan berada pada koordinat x sebagai *performance* dan untuk harapan pelanggan akan berada pada titik koordinat y sebagai *ekspektasi*.

Dari hasil skor rata-rata yang telah dilakukan perhitungan. Nilai tersebut akan menentukan posisi tiap atribut pada diagram kartesius. Diagram kartesius dibagi ke dalam 4 kuadran. Berikut merupakan diagram kartesius IPA (*Importance Performance Analysis*):



Gambar 2 Diagram Kartesius Importance Performance Analysis (IPA)

Dapat dilihat bahwa semua atribut terbagi didalam empat kuadran, berikut penjelasannya. Kuadran I memiliki arti bahwa atribut yang berada pada kuadran ini harus ditingkatkan kinerja oleh perusahaan karena atribut dalam kuadran ini memuaskan pelanggan tetapi belum dijalankan dengan baik oleh perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari tingginya tingkat harapan sedangkan tingkat kinerja perusahaan berada pada posisi yang rendah :

Tabel 18 Atribut Pada Kuadran I

Kuadran I	
No	Atribut
No.1	Permintaan penambahan daya dapat dilakukan secara on-line
No.3	Biaya yang transparan
No.9	Penyelesaian gangguan secara menyeluruh dan tuntas
No.17	Jaminan memperoleh daya listrik
No.21	Penampilan perusahaan simpatik
No.32	Perhatian khusus terhadap masalah yang dihadapi pelanggan

Kuadran II memiliki arti bahwa setiap atribut harus dipertahankan kinerjanya oleh perusahaan, karena merupakan faktor penunjang kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari tingginya tingkat harapan dan tingkat kinerja perusahaan (*high ekspektasi and high performance*). Berikut merupakan atribut yang berada dalam kuadran II:

Tabel 19 Atribut Pada Kuadran II

Kuadran II	
No	Atribut
No.2	Call center berfungsi sebagai sarana pelayanan
No.4	Pembayaran secara online
No.13	Dispensasi bagi telat membayar
No.15	Kesesuaian jumlah tagihan rekening
No.19	Tempat pembayaran rekening listrik yang nyaman & mudah dijangkau
No.24	Informasi mengenai kenaikan TDL

Kuadran III memiliki arti bahwa atribut berada pada prioritas rendah karena dianggap tidak terlalu penting bagi pelanggan. Hal ini terlihat dari rendahnya tingkat harapan dan tingkat kinerja perusahaan (*low ekspektasi and low performance*). Berikut merupakan atribut yang berada dalam kuadran III :

Tabel 20 Atribut Pada Kuadran III

Kuadran III	
No	Atribut
No.5	Isi ulang voucher listrik dapat dilakukan secara on-line
No.7	Kestabilan tegangan listrik
No.10	Pengaduan pelanggan dapat melalui SMS center
No.11	Penggantian alat stand meter
No.16	Biaya sesuai peraturan
No.18	Petugas pencatat KWH meter
No.27	Tidak membedakan pelayanan antar pelanggan
No.28	Perusahaan melakukan sosialisasi terbaru kepada pelanggan
No.30	Kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan
No.31	Sikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan
No.34	Kecepatan dalam menyelesaikan gangguan
No.36	Kecepatan dalam memberikan respon

Kuadran IV sebagai daerah yang cenderung berlebihan, karena dianggap tidak terlalu penting oleh pelanggan, tetapi dijalankan dengan sangat baik oleh perusahaan. Hal ini terlihat dari rendahnya tingkat harapan dan tingginya tingkat kinerja perusahaan (*low ekspektasi and high performance*). Berikut merupakan atribut yang berada dalam kuadran IV:

Tabel 21 Atribut Pada Kuadran IV

Kuadran III	
No	Atribut
No.6	Tidak adanya pemadaman listrik
No.8	Waktu pemulihan gangguan
No.12	Pemberitahuan yang telat membayar
No.14	Pencatatan KWH meter
No.20	Voucher listrik dapat dibeli di tempat umum (agen-agen pembayaran listrik)
No.22	Pemeliharaan jaringan listrik
No.23	Informasi mengenai produk-produk layanan Perusahaan
No.25	Kemudahan dalam pasang baru
No.26	Sosialisasi penggunaan listrik prabayar
No.29	Menginformasikan jumlah pemakaian listrik
No.33	Kecepatan dalam menanggapi keluhan awal
No.35	kecepatan dalam memberikan informasi gangguan

KESIMPULAN

Nilai indeks kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Index*) perdimensi ialah pada dimensi keandalan (*Reliability*) dengan persentase 73.11%, dimensi jaminan (*Assurance*) dengan persentase 72.99%, dimensi penampilan fisik (*Tangible*) dengan persentase 72.89%, dimensi empati (*Emphaty*) dengan persentase 72.96%, dimensi daya tanggap (*Responsiveness*) dengan persentase 73.78%. Sedangkan variabel yang menjadi prioritas perbaikan pada penelitian kali ini dengan evaluasi dari hasil metode IPA (*Importance Performance Analysis*) terhadap kinerja jasa pengguna listrik berdasarkan persepsi pelanggan secara umum harus dilakukan perbaikan berdasarkan jumlah atribut yang berada pada kuadran I sebanyak 6 atribut yang harus dilakukan perbaikan yaitu no.1 permintaan penambahan daya dapat dilakukan secara on-line, no.3 biaya yang transparan, no.9 penyelesaian gangguan secara menyeluruh dan tuntas, no.17 jaminan memperoleh daya listrik, no.21 penampilan perusahaan simpatik, no.32 perhatian khusus terhadap masalah yang dihadapi pelanggan. Dan kuadran III sebanyak 12 atribut yaitu no.5 isi ulang voucher listrik dapat dilakukan secara on-line, no.7 kestabilan tegangan listrik, no.10 pengaduan pelanggan dapat

melalui SMS center, no.11 penggantian alat stand meter, no.16 biaya sesuai peraturan, no.18 petugas pencatat KWH meter, no.27 tidak membedakan pelayanan antar pelanggan, no.28 perusahaan melakukan sosialisasi terbaru kepada pelanggan, no.30 kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan, no.31 sikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan, no.34 kecepatan dalam menyelesaikan gangguan, no.36 kecepatan dalam memberikan respon.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Brandt . 2000. *An Outside-In Approach to Determining Customer-Driven Priorities for Improvement and Innovation*. White Paper Series.
- Cai, Y. 2010. *The Contribution of Salient Mall Attributes to Customer Satisfaction: an Importance -Performance Analysis Across Nations*. College of Management. Mahidol University.
- Eboli L, dan Gabriela M. 2009. *A New Customer Satisfaction Index for Evaluating Transit Service Quality*. University of Calabria Italy.
- Hadi, S. 1986. *Statistika*. Jilid III. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hermawan, A. 2012. *Identifikasi Faktor Perbaikan Kualitas Produk Kecap Benteng Koki Pyramid PD Putra Jaya Food Industries dengan Pendekatan Bauran Pemasaran*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Huang Y, Yi-Wei K dan Shi-Wei X. 2009. *Applying Importance-Performance Analysis To Evaluate Logistics Service Quality For Online Shopping Among Retailing Delivery*. *International Journal of Electronic Business Management*, Vol. 7, No. 2, pp. 128-136 Nanhua University Chiayi (622), Taiwan.
- John C. Mowen, Michael Minor, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M. 2003. *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Latu, T.M., & Everett, A.M. 2000. *Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches*, Departement of Conservation, Wellington, New Zealand.
- Martilla, J., & James, J. 1977. *Importance-Performance Analysis*. *Journal Of Marketing*.
- Martinez, C. L., 2003. *Evaluation Report: Tools Cluster Networking Meeting#1*. CenterPoint Institute. Inc, Arizona.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, F, 1997, *Riset Pemasaran*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
STEIBII.
- _____, Freddy. 2005. *Riset Pemasaran*. Edisi Ketujuh. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama bekerjasama dengan Sekolah Tinggi Ekonomi IBII.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Kedua. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, F. 2000. *Manajemen Jasa*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tyrrell, T. dan Mark J. *Importance-Performance Analysis : Some Recommendations from an Economic Planninh Perspective*. Tourism Analysis. University of Rhode Island.