
ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP PROGRAM HIBAH AIR MINUM BANTUAN AUSTRALIAN AID DI WILAYAH GERUNG LOMBOK BARAT

Siti Husna Ainu Syukri

Universitas Islam Negeri Mataram
Jl. Pendidikan No. 35, Mataram, NTB
Email ainu_syukri@yahoo.com

ABSTRAK

Program Hibah Air Minum merupakan suatu program penyediaan prasarana dan sarana air minum bagi masyarakat. Sejak tahun 2013, Australian AID (the Australian Agency for International Development) *menjadi salah satu* lembaga luar negeri yang memberikan bantuan dana dalam rangka terlaksananya program Hibah Air Minum tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan program Hibah Air Minum bantuan Australian AID di wilayah Gerung Lombok Barat berdasarkan kepuasan konsumen. Keberhasilan program ini diukur dengan menggunakan metode SERVQUAL, melalui seberapa besar perbandingan (gap) antara harapan dan tingkat kepuasan konsumen. Selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan metode Importance Performance Anaysis untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kinerja PDAM dalam rangka melaksanakan program Hibah Air Minum tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa semua instrumen memiliki nilai GAP negatif. Artinya kepuasan pelanggan PDAM Giri masih rendah. Hal ini dibuktikan juga dengan prosentase nilai tingkat kepentingan yang tinggi untuk semua instrumen. Sehingga diperlukan perbaikan pelayanan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Adapun prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh PDAM Giri Menang berdasarkan metode IPA adalah P1, P8, P13 dan P22.

Kata kunci: SERVQUAL, Importance Performance Analysis

I. PENDAHULUAN

Air minum merupakan kebutuhan bagi setiap manusia. Kondisi alam yang sulit diprediksikan seperti kemarau yang berkepanjangan dan juga perkembangan industri yang semakin pesat telah menyebabkan sulitnya mendapatkan air minum yang sehat bagi masyarakat, terutama masyarakat berpenghasilan rendah.

Penyediaan prasarana dan sarana air minum yang baik akan memberi manfaat pada peningkatan kualitas lingkungan, kesehatan masyarakat, dan waktu yang dapat dihemat dalam usaha untuk mendapatkan air minum yang berkualitas. Dengan manfaat dan kemudahan tersebut diharapkan kesejahteraan masyarakat dapat meningkat.

Dalam rangka penyediaan prasarana dan sarana air minum tersebut, pemerintah pusat telah mencanangkan sebuah program yaitu Program Hibah Air Minum. Program ini merupakan suatu upaya percepatan penambahan jumlah sambungan rumah (SR) baru melalui penerapan output based atau berdasarkan kinerja yang terukur. Program Hibah Air Minum yang dimaksud di sini adalah pemberian hibah dari pemerintah pusat kepada pemerintah daerah baik yang bersumber dari pendapatan murni APBN atau pinjaman dan/atau hibah luar negeri. Program ini akan dikelola oleh Komite Pemerintah yang dibentuk oleh Kementerian Pekerjaan Umum serta dibantu oleh Central Project Management Unit (CPMU) dan Provincial Project Management Unit (PPMU).

Kabupaten/Kota yang akan mendapatkan dana hibah program ini, perlu membentuk tim Project Implementation Unit (PIU) yang akan ditetapkan melalui Keputusan Kepala Daerah untuk melaksanakan program di masing-masing wilayahnya. Selanjutnya Kepala daerah akan bekerja sama dengan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) untuk melaksanakan program tersebut.

Sejak tahun 2013, Australian AID (the Australian Agency for International Development) yang merupakan lembaga Pemerintah Australia yang bertanggung jawab untuk mengelola program bantuan luar negeri Australia menjadi salah satu lembaga luar negeri yang memberikan bantuan dana dalam rangka terlaksananya program Hibah Air Minum tersebut. Salah satu kabupaten yang mendapatkan Hibah Air Minum ini adalah kabupaten Lombok Barat sejumlah 2000 SR. Salah satu tolak ukur keberhasilan program ini adalah dengan mengetahui kepuasan konsumen yang memperoleh hibah air minum, sehingga dapat meningkatkan kinerja pemerintah daerah dan PDAM selaku eksekutor dalam pelaksanaan program ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan program Hibah Air Minum bantuan Australian AID di wilayah Gerung Lombok Barat berdasarkan kepuasan konsumen. Keberhasilan program ini diukur melalui seberapa besar perbandingan (*gap*) antara harapan dan tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, selanjutnya dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kinerja PDAM dalam rangka melaksanakan program Hibah Air Minum di wilayah Gerung Lombok Barat.

II. LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Analisis layanan kualitas dan tingkat harapan pelanggan hotel merupakan penelitian yang didasarkan pada beberapa kajian terdahulu misalnya kajian yang dilakukan oleh Mey et.al (2006) dan Dominici (2010).

Mey et.al (2006) melalui penelitian yang dilakukannya menggunakan SERVQUAL yang dimodifikasi dengan melibatkan beberapa hotel di Malaysia yang terkategori bintang empat dan lima. Sampel yang terlibat adalah tamu-tamu hotel baik lokal maupun asing. Salah satu hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah rendahnya harapan pelanggan lokal apabila dibandingkan dengan asing terkait layanan yang diberikan oleh hotel.

Sedangkan Dominici (2010) meneliti tingkat kepuasan pelanggan pada Sporting Club Hotel di Italia. Salah satu hasil penelitian didapatkan kelemahan dari hotel yang menjadi sampel adalah belum diimplementasikannya *Customer Relationship Management* (CRM).

B. Definisi Jasa

Menurut Kottler (1997) definisi jasa adalah: *“Any act of performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It is production may or may not be tied to a physical product”*. Sementara itu, pengertian jasa menurut American Marketing Society (1990) adalah: *“Service-Activities, benefit, or satisfaction which are offered for sale, or provided in connection with the sale of goods”*.

Mencermati pengertian atau definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa jasa adalah merupakan tindakan atau unjuk kerja yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak (penyedia jasa) ke pihak lain (pelanggan) dalam rangka memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan. Karenanya operasi jasa terjadi dalam bentuk interaksi antara pelanggan dan karyawan penyedia jasa, dimana

proses interaksi tersebut tidak menghasilkan kepemilikan. Kecuali itu, perlu juga menekankan sifat intangible dari jasa yang merupakan sifat utama yang membedakannya dengan barang, walaupun tidak menutup kenyataan bahwa dalam penyampaianya, jasa mungkin terikat pada barang.

C. Kualitas Jasa / Pelayanan

Menurut J. Supranto (1997) kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan, telah tercapai konsensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olsen dan Dover, seperti yang dikutip oleh F. Tjiptono (1998), harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul dan bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry, seperti yang dikutip oleh J. Supranto (1997), membentuk model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Adapun model di bawah ini mengidentifikasi lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa
4. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal
5. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan

Dimensi kualitas jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al (1988) mengidentifikasi lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. Bukti Fisik (*tangible*)
Bukti fisik (*tangible*), meliputi gedung, fasilitas teknologi, penampilan karyawan dan sebagainya, lebih menekankan pada bukti fisik atau dapat diraba keberadaannya.
2. Keandalan (*reliability*)
Keandalan (*reliability*) mencakup kemampuan karyawan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
Daya tanggap (*responsiveness*) mencakup kemampuan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat.
4. Jaminan (*assurance*)
Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan dan ketrampilan para karyawan dalam melayani kebutuhan pelanggan, etika para karyawan, dan jaminan keamanan dari perusahaan atas pelanggan.
5. Empati (*empathy*)

Empati mencakup perhatian khusus dari karyawan terhadap segala kebutuhan dan keluhan pelanggan, dan adanya komunikasi yang baik antara karyawan dengan pelanggan.

D. Kepuasan Pelanggan

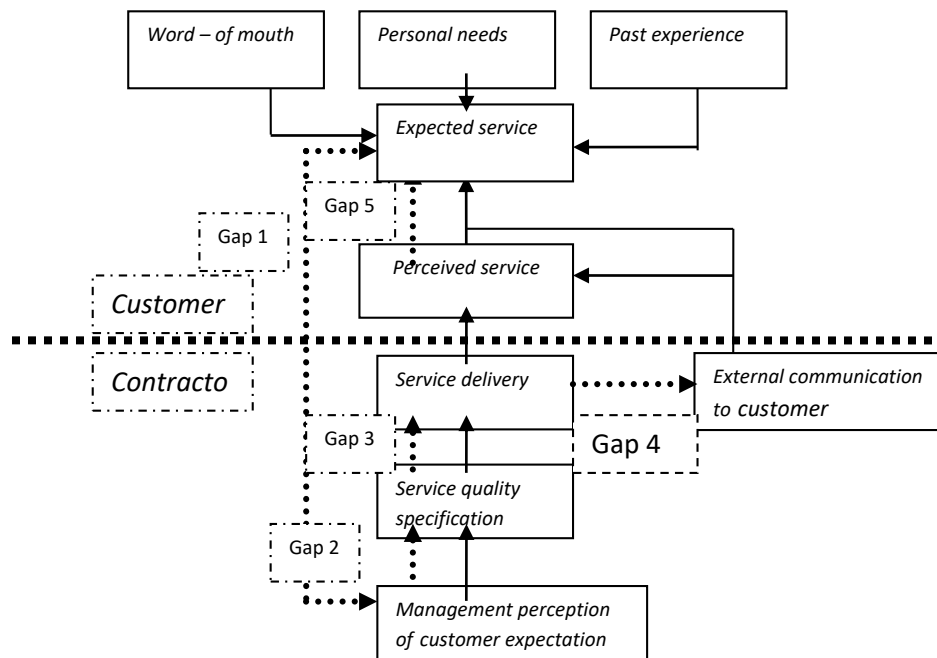
Menurut Oliver, seperti yang dikutip oleh J. Supranto (1997), kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang diraikan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, dan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

E. Metode SERVQUAL

Mengukur kualitas jasa berarti membandingkan/mengevaluasi kinerja suatu jasa dengan seperangkat standar yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Untuk model pengukuran Parasuraman dkk, telah dibuat skala pengukuran multi-item yang diberi nama SERVQUAL. Alat ini dimaksudkan untuk mengukur harapan (*expected*) dan persepsi (*perceived*) pelanggan, dan kesenjangan (*gap*) yang ada di dalam model kualitas jasa.

Pengukuran dengan menggunakan metode SERVQUAL dapat dilakukan dengan skala likert maupun semantik diferensial dimana responden tinggal memilih derajat kesetujuan/ketidaksetujuan atas pernyataan mengenai penyampaian kualitas jasa. Secara konseptual metode SERVQUAL dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



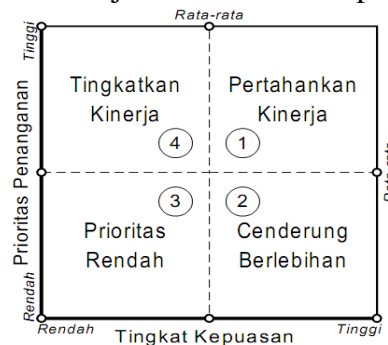
Sumber: Parasuraman et.al (1990)

Gambar 1. Model Konseptual SERVQUAL

F. *Important Performance Analysis (IPA)*

Important Performance Analysis (IPA) merupakan sebuah teknik analisis pasar pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James pada tahun 1977. Metode ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan produk dan layanan dengan cara membandingkan dua kriteria yang dipakai konsumen dalam mengambil keputusan. Dua kriteria tersebut adalah tingkat kepentingan atribut yang relatif bagi konsumen dan penilaian konsumen terhadap atribut yang mereka terima. Tidak seperti model kualitas layanan *Servqual* yang mengukur persepsi pelanggan secara absolut, model IPA berusaha melihat tingkat signifikansi atribut kualitas di mata konsumen dan menghubungkannya dengan beberapa kriteria kualitas yang diukur (Kitcharoen,2004).

Metode IPA ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif-kuantitatif dalam menganalisis data penelitian untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja suatu perusahaan. Analisis tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen digambarkan dalam suatu diagram kartesius yang dapat menunjukkan letak faktor-faktor atau unsur-unsur yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, dimana dalam diagram kartesius tersebut faktor-faktor akan dijabarkan dalam empat kuadran (Supranto,1997).



Sumber : (setiawan,2005)

Gambar 2. Matriks IPA

Penjelasan untuk masing-masing kuadran tersebut adalah sebagai berikut (Brandt, 2000):

- Kuadran Pertama, “Pertahankan Kinerja” (*high importance & high performance*)**
 Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai
- Kuadran Kedua, “Cenderung Berlebihan” (*low importance & high performance*)**
 Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal di kuadran keempat.
- Kuadran Ketiga, “Prioritas Rendah” (*low importance & low performance*)**
 Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.

D. Kuadran Keempat, “Tingkatkan Kinerja” (*high importance & low performance*)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh konsumen namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 150 pelanggan PDAM Giri menang penerima hibah program Hibah Air Minum bantuan Australian AID di wilayah Gerung Lombok Barat selaku responden dan wawancara dengan pihak manajemen. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Umar, 2005):

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Ukuran populasi mengacu pada data jumlah pelanggan penerima program Hibah Air Minum bantuan Australian AID di wilayah Gerung Lombok Barat pada saat penelitian dilakukan, yaitu sebesar 7000 pelanggan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari data PDAM Giri Menang serta penelitian-penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.

Pengukuran kualitas jasa pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode SERVQUAL. Metode ini mengukur harapan (*expected*) dan persepsi (*perceived*) pelanggan, dan kesenjangan (*gap*) yang ada di dalam model kualitas jasa. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Importance Performance Analysis* (IPA) yang terdiri dari analisis gap (kesenjangan) dan analisis kuadran. Analisis gap (kesenjangan) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja atribut dengan harapan pelanggan terhadap atribut tersebut. Sedangkan analisis kuadran digunakan untuk mengetahui respon pelanggan terhadap atribut berdasarkan tingkat kinerja dan harapan dari atribut tersebut.

Instrumen yang digunakan pada kuesioner ini didisain berdasarkan pada dimensi kualitas jasa yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al (1988) dan juga studi awal terhadap obyek penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengukuran kualitas jasa yang dilaksanakan dengan menggunakan metode SERVQUAL diketahui bahwa, berdasarkan hasil analisis kesenjangan (gap), kepuasan pelanggan PDAM Giri Menang masih rendah. Hal ini terlihat dari nilai GAP (kesenjangan) yang diperoleh untuk seluruh instrumen bernilai negatif. Hasil perhitungan GAP untuk masing-masing atribut dapat dilihat pada tabel berikut:

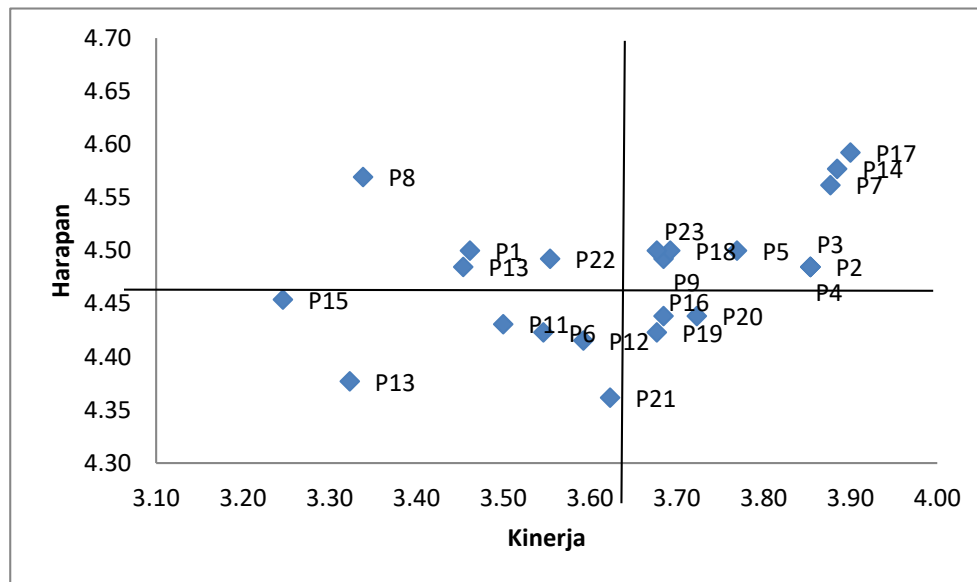
No	Pertanyaan	GAP	Tingkat Kepentingan (100%)
P1	Ketersediaan peralatan/fasilitas yang modern.	-1.03846	76.92
P2	Penampilan karyawan.	-0.63077	85.93
P3	Kebersihan kantor.	-0.63077	85.93
P4	Kenyamanan ruang tunggu kantor	-0.63077	85.93
P5	Ketersediaan tempat parkir.	-0.73077	83.76
P6	Ketersediaan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	-0.87692	80.17
P7	Kemudahan sistem/cara pembayaran rekening air .	-0.68462	84.99
P8	Tingkat kontinuitas atau kelancaran aliran air yang didistribusikan.	-1.23077	73.06
P9	Keakuratan hasil pencatatan rekening penggunaan air.	-0.80769	82.02
P10	Pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan.	-1.05385	75.92
P11	Keluhan-keluhan pelanggan ditanggapi dengan simpatik.	-0.93077	78.99
P12	Pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	-0.82308	81.36
P13	Kecepatan pelayanan pelanggan.	-1.03077	77.02
P14	Kesopanan petugas dalam melayani pelanggan.	-0.69231	84.87
P15	Ketepatan waktu Pelayanan.	-1.20769	72.88
P16	Keamanan pelanggan tentang pengaduan layanan yang diterimanya.	-0.75385	83.02
P17	Keamanan fasilitas instalasi pengolahan air bersih yang akan didistribusikan.	-0.69231	84.92
P18	Kejujuran petugas.	-0.80769	82.05
P19	Dukungan perusahaan terhadap petugas pelayanan.	-0.74615	83.13
P20	Kemudahan jangkauan lokasi kantor.	-0.71538	83.88
P21	Kemudahan memperoleh informasi terkait layanan.	-0.73846	83.07

P22	Perhatian kepada pelanggan secara personal.	-0.93846	79.11
P23	Petugas memahami kebutuhan pelanggan.	-0.82308	81.71

Tabel 1. Hasil Penelitian

Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PDAM Giri Menang yang diukur melalui atribut-atribut servqual tersebut masih berada dibawah harapan pelanggan.

Selain itu rendahnya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh PDAM Giri Menang terlihat juga dari prosentase tingkat kepentingan yang diperoleh dari hasil analisis kuadran berikut.



Gambar 3. Hasil analisis dengan menggunakan Importance Performance Anaysis

Menurut Brandt (2000), **kuadran I** merupakan kuadran yang berisi tentang faktor-faktor yang perlu dipertahankan kinerjanya (*high importance & high performance*). Artinya, faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan konsumen, sehingga pihak manajemen harus memastikan bahwa kinerja perusahaan yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapainya. Berdasarkan matriks diatas terlihat bahwa terdapat 8 instrumen yang berada pada kuadran ini, adalah: Penampilan karyawan, Kebersihan kantor, Kenyamanan ruang tunggu kantor, Ketersediaan tempat parkir, Kemudahan sistem/cara pembayaran rekening air, Keakuratan hasil pencatatan rekening penggunaan air, Kesopanan petugas dalam melayani pelanggan, Keamanan fasilitas instalasi pengolahan air bersih yang akan didistribusikan, Kejujuran petugas dan Petugas memahami kebutuhan pelanggan.

Kuadran II merupakan kuadran berisi tentang faktor-faktor yang cenderung berlebihan (*low importance & high performance*). Artinya faktor-faktor yang berada pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting, sehingga perusahaan perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan. Tiga atribut yang berada pada

faktor ini adalah: Keamanan pelanggan tentang pengaduan layanan yang diterimanya, Dukungan perusahaan terhadap petugas pelayanan dan Kemudahan jangkauan lokasi kantor.

Kuadran III merupakan kuadran berisi tentang faktor-faktor yang mempunyai prioritas rendah (*low importance & low performance*). Artinya, faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini tidak perlu diprioritaskan atau terlalu diberikan perhatian meskipun mempunyai tingkat kepuasan yang rendah. Atribut-atribut yang berada pada kuadran ini adalah Ketersediaan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, keluhan-keluhan pelanggan ditanggapi dengan simpatik, Pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, Kecepatan pelayanan pelanggan, Ketepatan waktu Pelayanan dan Kemudahan memperoleh informasi terkait layanan.

Kuadran IV merupakan kuadran berisi tentang faktor-faktor yang kinerjanya perlu ditingkatkan (*high importance & low performance*). Artinya faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan faktor yang sangat penting bagi pelanggan akan tetapi belum dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja faktor-faktor tersebut. Adapun atribut yang berada pada kuadran ini adalah Ketersediaan peralatan/fasilitas yang modern, Tingkat kontinuitas atau kelancaran aliran air yang didistribusikan, Kecepatan pelayanan pelanggan dan perhatian kepada pelanggan secara personal.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat kepuasan pelanggan PDAM Giri menang penerima hibah program Hibah Air Minum bantuan Australian AID di wilayah Gerung Lombok Barat masih rendah. Hal ini terlihat dari hasil analisis kesenjangan (GAP) untuk seluruh instrumen bernilai negatif. Sedangkan perbaikan layanan bagi pelanggan PDAM Giri menang penerima hibah program Hibah Air Minum bantuan Australian AID di wilayah Gerung Lombok Barat, perusahaan dapat memprioritaskan pada atribut-atribut yang berada pada kuadran IV hasil analisis kuadran yang telah dilakukan. Adapun atribut-atribut tersebut adalah ketersediaan peralatan/fasilitas yang modern, tingkat kontinuitas atau kelancaran aliran air yang didistribusikan, kecepatan pelayanan pelanggan dan perhatian kepada pelanggan secara personal.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Brandt, D.R., 2000, "*An "Outside-In" Approach to Determining Customer-Driven Priorities for Improvement and Innovation*", White Paper Series, Volume 2 – 2000.
- Dominici, G. 2010. *Customer Satisfaction in the Hotel Industry: A Case Study from Sicily*, International Journal of Marketing Studies, Vol. 2 No. 2.
- Kitcharoen, Krisana. 2004. *The Importance-Performance Analysis Of Service Quality In Administrative Departments Of Private Universities In Thailand*. ABAC Journal Vol. 24. No. 3

- Kotler, Philip., 1997. *Marketing manajemen : Analysis, Planning, Implementation and control*, New Jersey:Prentice Hall International, Inc.
- Mey, L.P, Akbar, A.K dan Fie, D.Y.G. 2006. *Measuring service quality and customer satisfaction of the hotels in Malaysia: Malaysian, Asian and non-Asian hotel guests*, Journal of Hospitality and Tourism Management, Vol. 13 No. 2, pp. 144-160.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V dan Berry, L.L. 1988. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, Vol. 64 Issue 1, pp. 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V dan Berry, L.L. 1990. *Delivering Quality Service*. The Free Press, New York.
- Snedecor GW & Cochran WG, 1967. *Statistical Methods* 6th ed, Ames, IA: Iowa State University Press.
- Supranto, J, 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, J.1997. *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy, 1998. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy, 1998. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein, 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama dengan Jakarta Business Research Center. Jakarta.