



PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN FASILITAS RUMAH KOS-KOSAN DI PERUMAHAN X KOTA BATAM DENGAN METODE SERVICE QUALITY (SERVIQUAL)

Edi Sumarya

Program Studi Teknik Industri, Universitas Riau Kepulauan Batam

Email : edisumarya38@gmail.com

ABSTRAK

Kota Batam merupakan sebuah kota industri yang berada di Propinsi Kepulauan Riau. Hal ini menjadi factor banyaknya pendatang mencari pekerjaan di kota Batam. Oleh karena itu, mereka membutuhkan rumah Kos/tempat tinggal selama mereka menjadi karyawan perusahaan dan belum mampu untuk membeli rumah tinggal. Kualitas layana fasilitas yang baik akan membuat rumah kos-kosan menjadi kompetitif dan akan menjadi pilihan konsumen ketika mencari tempat untuk tempat tinggal nya, Rumah Kos-kosan yang menjadi objek penelitian ini adalah rumah kos-kosasn di perumahan X kota Batam. Dari hasil survey awal yang dilakukan, kekurangan dari segi kualitas dan kuantitas pelayanan fasilitas yang disediakan berdampak pada penurunan pendapatan yang diperoleh pemilik hingga 20% pada bulan Mei, juni dan Juli 2020. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan fasilitas penghuni yang menjadi pokok permasalahan. Dimensi kualitas yang dibahas dalam metode service quality, dimensi: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan empathy*. Tahapan awal yang dilakukan dalam penelitian ini melakukan survey kemudian melakukan analisa kekurangan yang terdapat pada kos-kosan dari hasil survey. Peneliti menyebarkan kuisisioner kepada konsumen penghuni kos kosan, sehingga masalah kualitas layanan dapat diketahui. Dimensi tangible merupakan dimensi yang memiliki nilai kualitas terkecil, dan nilai terbesar terdapat pada dimensi jaminan (*assurance*) yang diperoleh dari hasil penelitian setiap dimensi pada *service quality*.

Kata kunci *Servqual, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan empathy*

ABSTRACT

*Batam City is an industrial city located in the Riau Islands Province. This is a factor in the number of migrants looking for work in the city of Batam. Therefore, they need a boarding house/place to live as long as they are employees of the company and cannot afford to buy a house to live in. Good quality of service facilities will make boarding houses competitive and will become consumer choices when looking for a place to live. The boarding houses that are the object of this research are boarding houses in housing X Batam city. From the results of the initial survey conducted, deficiencies in terms of quality and quantity of service facilities provided have an impact on a decrease in income earned by owners by up to 20% in May, June and July 2020. In this study, the quality of service for occupants' facilities is the main problem. Dimensions of quality that are discussed in the service quality method, dimensions: *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and empathy*. The initial steps carried out in this study were conducting a survey and then analyzing the shortcomings contained in the boarding houses from the survey results. Researchers distribute questionnaires to consumers who live in boarding houses, so that*

service quality problems can be identified. The tangible dimension is the dimension that has the smallest quality value, and the largest value is found in the assurance dimension obtained from the research results of each dimension on service quality.

Keywords Servqual, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and empathy

1. PENDAHULUAN

Kualitaas layanan jasa sangat menentukan suatu penyedia layanan jasa, namun untuk mengukur kualitas layanan jasa tidaklah mudah seperti yang dibayangkan. Hal ini dikarenakan sifat dari jasa yang *intangible* (tidak berwujud), *heeterogeneous* (heterogen), dan *simultaneous* (simultan). (Fitzsimons, & Fitzsimons, 2014). Meskipun begitu beberapa studi sudah dilakukan untuk menelaah metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan jasa. Dari berbagai metode tersebut mungkin yang banyak dikenal adalah metode *SERVQUAL*, oleh Parasuraman et al (1998).

Kualitas telah menjadi harapan dan impian bagi semua orang naik konsumen maupun produsen, (Yamit, 2010). Kualitas layanan fasilitas merupakan salah satu kebutuhan bagi pengusaha/pemilik kos-kosan karena bisnis ini sangat menguntungkan dan dapat dijadikan suatu investasi yang cukup menjanjikan dan memiliki prospek yang sangat baik kedepannya. Tujuan dari usaha ini adalah menyediakan tempat tinggal sementara untuk seseorang yang umumnya yang berasal dari luar kota Batam, pendatang dari berbagai daerah Indonesia yang mencari pekerjaan dan menjadi mahasiswa di perguruan tinggi yang ada di kota Batam . Oleh karena itu mereka membutuhkan tempat tinggal yang nyaman dan layak selama mereka menetap di kota Batam menjadi mahasiswa dan pekerja di perusahaan yang ada di kota Batam, sebelum mampu membeli rumah sendiri. Rumah kos-kosan yang terletak di perumahan X kota Batam memiliki 32 kamar kos-kosan penghuninya dari berbagai lapisan masyarakat mulai mahasiswa, karyawan/pekerja, mulai dari operator, supervisor dan manajer dari

berbagai macam perusahaan di kota Batam. Dalam tiga bulan terakhir yaitu bulan Mei, Juni dan Juli 2020, terjadi penurunan dengan rata rata 20%. Hal ini terjadi akibat beberapa masalah diantaranya layanan kualitas fasilitas yang kurang baik dari rumah kos-kosan, sehingga mengakibatkan penghuni beralih ke rumah kos-kosan lain.

Penelitian ini berfokus pada peningkatan layanan yang membahas tentang dimensi dimensi kualitas yaitu *Tangible, Reliability, Resvonsiveness, assurance* dan *empathy* dengan metode *SERVQUAL*.

2. KAJIAN PUSTAKA

a) Pengertian kualitas

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 1994). Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Davis, 1994)

b) Kualitas Pelayanan

Konsumen yang puas akan menguntungkan bagi perusahaan. Oleh karena itu menciptakan pelayanan yang berkualitas menjadi tujuan perusahaan demi terciptanya kepuasan konsumen. Dengan demikian terdapat kaitan dimana pelayanan dapat digunakan sebagai pengukur tingkat kepuasan konsumen. Hal tersebut hampir sama dengan yang di ungkapkan oleh Kotler & Keller dan Amstrong, (2010). Yang menyatakan *costomer satisfaction is closely linked to quality has a direct impaction product performance and customer satisfaction. In the*



narrow west sense, quality can be defined as, freedom from defector, but most customer centered company go beyond this narrow definition of quality. Instead, they defined quality in term of customer satisfaction. Dari definisi diatas dapat dikemukakan bhwa jika suatu perusahaan yang dapat menghasilkan kualitas pelayanan atau melebihi harapan pelanggan, maka dapat dikatakan perusahaan tersebut telah dapat memuaskan pelanggannya dan dapat juga disebut perusahaan yang berkualitas.

c) Kualitas Jasa

Kualitas jasa merupakan penyesuaian terhadap perincian perincian dimana kualitas ini dipandang sebagai derajat keunggulan yang ingin dicapai, dilakukannya kontrol terus menerus dalam mencapoi keunggulan tersebut dalam rangkaian memenuhi kebutuhan pengguna jasa (tjiptono, 2000)

d) Kepuasan Pelanggan

pelanggan didefinisikan sebagai resfon pelanggan terhadap ketidak sesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan konerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan selain dipengaruhi oeh kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, haga dan faktor faktor yang bersifat pribadi serta yang bersoifat situasi sesaat (Rangkuti, 2002)

e) Implementasi Metode Sevice Quality (Servqual)

Metode servqual adalah metode yang sering digunakan untuk mengukur kesenjangan (*gap*) yang terjadi antara persepsi pelanggan dengan harapan/ekspektasi pelanggan dengan menempatkannya dalam dimensi pelayanan, yakni bukti fisik (*Tangible*), kehandalan (*Reliability*), tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*) (Wijaya, 2011). Analisa diawali dengan sebuah kuisisioner yang disebarkan kepada konsumen rumah kos-

kosan, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala (*Likert*), yaitu apakah menurut konsumen hal tersebut penting untuk dilakukan atau dilaksanakandan bagaimana kenirjanya, baik atau tidak baik. Seperti pertanyaan sebagai berikut:

Pengurus kos-kosan ramah terhadap penghuni kos-kosan: apakah menurut anda: tidak penting/penting (1-5). Setelah data dari quisioner didapat maka dihitung rata rata tiap pertanyaan dari seluruh responden, dengan menggunakan persamaan (Supranto, 2001) :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} : Skor rata-rata tingkat kepuasan/realita.

\bar{Y} : Skor rata-rata tingkat kepentingan/ekspektasi

n : Jumlah responden.

3. METODOLOGI PENELITIAN

a) Objek Penelitian

Penelitian ini adalah pelanggan atau penghuni rumah kos-kosan X di kota Batam, adapun jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif dan kuantitatif.

b) Data Primer

Data primer merupakan data langsung yang diambil peneliti dari sumbernya. Data primer diperoleh dari survei awal dan pengisian kuisisioner untuk mendapatkan atribut layanan apa yang dibutuhkan pelanggan atau penghuni rumah kos-kosan.

c) Data sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari literatur yang berhubungan



dengan penelitian dan dokumen yang dimiliki oleh pemilik atau pengurus rumah kos-kosan. Data ini yang berisi tentang petunjuk dalam

d) Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan :

1. Uji *Validitas*, untuk menguji apakah setiap atribut pertanyaan dapat mengungkap faktor yang mau diteliti sesuai dengan kondisi populasinya.
2. Uji *Reliabilitas*, untuk menguji kehandalan suatu kuisioner untuk dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data.

pelaksanaan penelitian dan semua informasi yang dibutuhkan dan berguna dalam penyusunan laporan penelitian.

Angka koefisien reliabilitas berkisar diangka 0.00 sampai 1.00. Butir kuisioner dinyatakan *reliable* jika memberikan $\alpha > 0.60$.

3. Metode *Service quality (servqual)*, untuk merancang kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan atau penghuni rumah kos-kosan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang telah diperoleh dilakukan uji validitas.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Realita dan Ekspektasi

No.	r Tabel	Realita	Ekspektasi	Valid/tidak
1	0,284	0,490	0,434	Valid
2	0,284	0,383	0,465	Valid
3	0,284	0,443	0,517	Valid
4	0,284	0,568	0,723	Valid
5	0,284	0,597	0,388	Valid
6	0,284	0,580	0,663	Valid
7	0,284	0,541	0,291	Valid
8	0,284	0,325	0,416	Valid
9	0,284	0,572	0,621	Valid
10	0,284	0,426	0,538	Valid
11	0,284	0,399	0,373	Valid
12	0,284	0,422	0,715	Valid
13	0,284	0,391	0,404	Valid
14	0,284	0,550	0,568	Valid
15	0,284	0,362	0,549	Valid

Dari tabel 4.1 hasil yang uji validitas diperoleh nilai untuk masing masing butir pertanyaan yang kemudian akan dibandingkan dengan nilai pada tabel untuk *degree of freedom* (df) =n-2, jumlah sampel minimal (n)=50. Besarnya df dihitung $50-2=48$, r tabel =0,284. Jika tabel < r hitung maka butir butir pertanyaan kuisioner yang diajukan kepada pelanggan atau penghuni rumah kos-kosan adalah *valid*.



Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Relita dan Ekspektasi

	Realita	Ekspektasi
Nilai Cronbach a	0,600	0,600
Koefisien a	0,819	0,864

Pada tabel 4.2 Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *alpha crobach*, data dapat dinyatakan reliable apabila lebih besar dari 0,6.

Tabel 4.3 Kepentingan,kepuasan dan Gap Tiap Atribut

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan	Gap
<i>Dimensi Fisik (Tangible)</i>				
1	Lokasi rumah kos strategis	4,14	3,66	-0,48
2	Keadaan kamar kos bersih	4,02	3,20	-0,82
3	Toilet kamar kos bersih	3,86	3,16	-0,7
4	Fasilitas dikamar kos kasur, selimut kipas angin	3,72	3,48	-0,24
5	Tempat parkir cukup	3,74	2,30	-1,44
6	Pngurus kos-kosan sopan, ramah	3,76	3,34	-0,42
7	Pemilik kos-kosan sopan	3,46	3,08	-0,38
8	Tersedia kendaraan (mobil, motor rental)	3,70	2,30	-1,44
	<i>Mean</i>	3,8	3,065	-0,375
9	Waktu penerimaan/pelayanan pelanggan/penghuni baru 24jam	4,04	3,3	-0,7
	<i>Mean</i>	4,04	3,34	-0,7
<i>Dimensi Daya Tanggap (Responsivness)</i>				
10	Kepedulian kepada penghuni	4,10	3,52	-0,58
11	Pemilik menanggapi keluhan penghuni dengan baik	3,76	3,16	0,6
	<i>Mean</i>	0,386	3,72	-0,14
12	Ada keamanan	3,86	3,72	-0,14
	<i>Mean</i>	3,86	3,72	-0,14
<i>Dimensi Empati (Empathi)</i>				
13	Keramahan terhadap pelanggan/penghuni	4,24	3,46	-0,78
14	Ketersedian waktu pengurus dalam mendengar keluhan penghuni	4,04	3,32	-0,72
15	Pengurus dapat berkomunikasi dengan baik	3,90	3,52	-0,38
	<i>Mean</i>	4,12	3,43	-0,687

Pada tabel 4.3 implementasi metode *service quality (servqual)*. Nilai kepentingan, kepuasan dan gap, terlihat:

Kualitas layanan tiap-tiap dimensi. Dari dimensi fisik (*Tangible*), kehandalan (*Reliability*), daya tanggap(*Responsiveness*),



jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*), kemudian diambil mean dan gap tiap dimensi. Untuk menganalisa kualitas layanan yang telah diberikan pihak pemilik rumah kos-kosan maka digunakan rumus (Besterfield, 1998) dalam (Dorothea, 2003), yaitu jika $Q \geq 1$, maka

kualitas pelayanan dikatakan baik. Menurut Parasuraman (1998), metode servqual digolongkan kedalam lima dimensi yakni, *Tangible*, *Realibility*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*. Kualitas layanan tiap dimensi dapat dilihat pada tabel 4.4

Tabel 4.4 Kualitas pelayanan Tiap Dimensi

No	Dimensi	Kepentingan (H)	Kepuasan (P)	Gap	Kualitas Layanan (Q)
1	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	3,8	3,065	-0,735	0,806
2	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	4,04	3,34	-0,7	0,826
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	3,93	3,34	-0,59	0,850
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	3,86	3,72	-0,14	0,964
5	Empati (<i>Empathy</i>)	4,06	3,43	-0,687	0,833
	<i>Mean</i>	3,95	3,38	-0,57	0,857

Rata-rata kepentingan atau harapan dan kepuasan /persepsi atribut pelayanan pelanggan/penghuni dapat dilihat pada tabel 4.5

Tabel 4.5, Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan Semua Atribut

No	Atribut	Kepentingan/Harapan	Kepuasan/Persepsi
1	Lokasi rumah kos-kosan strategis	4,14	3,66
2	Keadaan kamar kos-kosan bersih, nyaman	4,02	3,2
3	Kamar mandi dan toilet kamar kos bersih, nyaman	3,86	3,16
4	Fasilitas yang ada di kamar kos, kasur, selimut kipas angin	3,72	3,48
5	Tempat parkir luas	3,74	2,3
6	Pengurus rumah kos ramah, sopan	3,76	3,34
7	Pemilik rumah kos sopan, ramah	3,46	3,08
8	Tersedia kendaraan motor dan mobil rental	3,7	2,3
9	Waktu pelayanan penghuni/pelanggan baru 24 jam	4,04	3,34
10	Pengurus dengan cepat melayani penghuni jika diperlukan	4,1	3,52
11	Pemilik menangani keluhan penghuni/pelanggan kos dengan baik	3,76	3,16
12	Ada keamanan yang menjaga rumah kos	3,86	3,72
13	Pengurus ramah kepada	4,24	3,46



	penghuni/pelanggan rumah kos		
14	Ketersediaan waktu pengurus dalam mendengar keluhan penghuni/pelanggan	4,04	3,32
15	Pengurus rumah kos dapat berkomunikasi dengan baik	3,9	3,52
<i>Mean</i>		3,89	3,24

Pada tabel 4.5 diatas diperlihatkan bahwa nilai kepentingan/harapan terbesar adalah pada dimensi empati (*Empathy*) yaitu 4,06 dan nilai harapan terkecil adalah pada bukti fisik (*Tangible*) 3,8 sedangkan nilai kepentingan/harapan rata rata untuk tiap dimensi adalah 3,95. Hal ini menunjukkan bahwa rata rata responden lebih menaruh kepentingan pada dimensi empati (*Empathy*) dibanding dengan dimensi yang lainnya.

Nilai kepuasan persepsi hasil peneltaiuan yang terlihat pada tabel 4.5, bahwa

nilai kepuasan perspsi terbesar adalah pada dimensi jaminan (*Assurance*) 3,72. Nilai kepuasan persepsi terkecil adalah dimensi bukti fisik (*Tangible*) 3,065, sedangkan nilai kepuasan persepirata rata untuk tiap dimensi adalah 3,38. Hal ini menunjukkan bahwa rata rata responden menilai kepuasan/persepsi pada dimensi jaminan (*Assurance*) telah memuaskan dibanding dimensi dimensi lainnya. Pihak pemilik rumah kos lebih memperhatikan atribut jaminan petugas keamanan terhadapkebutuhan keamanan pelanggan.

Rata-rata kepentingan dan kepuasan pada dimensi bukti fisik (*Tangible*) dapat dilihat pada tabel 4.6

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
1	Lokasi rumah kos-kosan strategis	4,14	3,66
2	Keadaan kamar kos-kosan bersih, nyaman	4,02	3,20
3	Kamar mandi dan toilet kamar kos bersih, nyaman	3,86	3,16
4	Fasilitas yang ada di kamar kos, kasur, selimut kipas angin	3,72	3,48
5	Tempat parkir luas	3,74	2,30
6	Pengurus rumah kos ramah, sopan	3,76	3,34
7	Pemilik rumah kos sopan, ramah	3,46	3,08
8	Tersedia kendaraan motor dan mobil rental	3,70	2,30
<i>Mean</i>		3,8	3,1

Nilai gap/kesenjangan Hasil penelitian yang dipaparkan pada tabel 4.5 memperlihatkan bahwa nilai gap/kesenjangan terbesar adalah dimensi bukti fisik (*tangible*) - 0,735, nilai gap/kesenjangan terkecil adalah

dimensi jaminan (*assurance*) -0,14, sedangkan nilai gap/kesenjangan rata-rata untuk tiap dimensi adalah -0,57. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata responden merasakan tingkat kesenjangan yang lebih tinggi pada dimensi



bukti fisik (*tangible*) dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya. Urutan nilai gap/kesenjangan yang memiliki nilai gap/kesenjangan terbesar hingga terkecil adalah dimensi bukti fisik (*tangible*) -0,735, dimensi kehandalan (*reliability*) -0,7, dimensi empati (*emphaty*) -0,687, dimensi daya tanggap (*responsiveness*) -0,59, dan dimensi jaminan (*assurance*) 0,14

. Kualitas merupakan perbandingan antara nilai kepentingan/hsrpsn stsdan kepuasan persepsi, Dari hasil penelitian

ditunjukkan bahwa kualitas masing masing dimensi hampir berimbang walaupun nilai kualitas Q) semua dimensi masih dibawah 1. Namun kualitas layanan untuk rumah kos, dalam hal ini diatakan cukup baik. Hanya saja perludilakukan usaha usaha peningkatan yang lebih terarah dari pihak pemilik rumah kos agar kualitas pelayanan semakin baik

Rata trata kepentingan dan kepuasan pada dimensi daya tanggap (Responsiveness) dapat dilihat pada tabel 48

Tabel 4.8 Kepentingan dan kepuasan pada dimensi daya tanggap (Resposiveness)

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
1	Ada pihak keamanan	3,86	3,72
2	Tersedia waktu pelayanan penghuni	4,04	3,34
<i>Mean</i>		4,04	3,34

Rata rata kepentingan dan Kepuasan Pada dimensi Kehandalan (*Realibility*) dapat dilihat pada Tabel 4.

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
1	Waktu pelayanan penghuni	4,04	3,34
<i>Mean</i>		4,04	3,34

Rata-rata kepentingan dan kepuasan pada dimensi jaminan (*assurance*) dapat dilihat pada Tabel 4.9

Tabel 4.9 Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Jaminan (*Assurance*)

No.	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
1	Adanya pihak keamanan/ <i>security</i> (satpam)	3,86	3,72
<i>Mean</i>		3,86	3,72

Rata-rata kepentingan dan kepuasan pada empati (*emphaty*) dapat dilihat pada Tabel 4.10

Tabel 4.10 Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Empati (*Emphaty*)

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
1	Keramahan karyawan terhadap pelanggan	4,42	3,46
2	Ketersediaan waktu karyawan dalam mendengar keluhan pelanggan	4,04	3,32
3	Karyawan dapat berkomunikasi dengan baik	3,90	3,52
<i>Mean</i>		4,12	3,43

Rata-rata kepentingan dan kepuasan pada dimensi kualitas layanan dapat dilihat pada Tabel 4.11



Tabel 4.11 Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Kualitas Layanan

No.	Dimensi	Kepentingan	Kepuasan
1	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	3,8	3,06
2	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	4,04	3,34
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	3,93	3,34
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	3,86	3,72
5	Empati (<i>Empathy</i>)	4,06	3,43
	<i>Mean</i>	3,95	3,38

5 KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil pembahasan penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Nilai kualitas pelayanan Q rumah kos semuanya masih dibawah 1, namun dalam hal ini dikatakan cukup baik. Tetapi masih harus diloakukan usaha usaha peningkatan yang lebih terarash dari pihak pemilik rumah kos supaya kualitas pelayanannya akan meningkat. Dimensi bukti fisik (*tangible*) merupakan dimensi yang memiliki

nilai kualitas terkecil yaitu sebesar 0,806 penilaian tersebut. Nilai kualitas terbesar terdapat pada nilai jaminan (*Assurance*) yaitu sebesar 0,964. Hal ini dapat dilihat dari sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para pegawai, bebas dari bahaya resiko atau keragu-raguan.

- 2) Terdapat suatu atribut yakni keadaan kamar kos-kosan yang perlu adanya peningkatan kualitas terhadap atribut tersebut. Oleh karenanya penulis menyarankan agar pihak pemilik rumah kusan bisa menggunakan pihak ketiga dalam kegiatan terebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono, F, 2000, Strategi Pemasaran, Andi Ofset, Yogyakarta
- Parasuraman, A., 1988, *A Conceptual Model of Service Quality and its Implications For Future Research*, Journal of Marketing, Vol.49.
- Supranto, J., 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*, PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: PT Indeks.
- .Rangkuti, F., 2002, *Measuring Costumer Satisfaction, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Plus Analisis Kasus PLN-JP*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P., 1994, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Yamit, Z., 2010, *Manajemen Kualitas produk dan Jasa*. Ekonisia, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta
- Fitzsimons, J.A., & Fitzsimons, M.J. (2014). *Service Manajemen: Oprations, Strategy, and Information Technology* (8e). McGraw., New York, NY.
- Ariani, Dorothea Wahyu. (1999). *Manajemen Kualitas*. Jakarta: Universitas Atmajaya.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuing consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.



Profisiensi, Vol.7 No.2; 112-121

Desember 2019

P-ISSN [2301-7244](#)

E-ISSN [2598-9987](#)

Besterfield, Dale H. 1998. Quality Control. New Jersey: Prentice-Hall Inc

Kotler, P. & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing, 13 ed, New Jersey Pearson Prentice Hall