

Visionist

Volume 7, Nomor 2 – September 2018

PENGARUH DISIPLIN DAN KOMPETENSI TERHADAP KINERJA PEGAWAI KANTOR PERTANAHAN KABUPATEN LAMPUNG TIMUR	Abdillah, Andala Rama Putra Barusman dan Defrizal	1 – 8
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PADA AUTO 2000 WAY HALIM BANDAR LAMPUNG	Andi Hartono, Iskandar Ali Alam dan V. Saptarini	9 – 14
PENGARUH BUDAYA ORGANISASI DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DINAS SOSIAL KABUPATEN LAMPUNG BARAT	Darwin HS, Andala Rama Putra Barusman dan V. Saptarini	15 – 21
PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI PT PUSPA JAYA TRANSPORT BANDAR LAMPUNG	Putri Ayu Angraini	22 – 28
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP <i>ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (OCB)</i> KARYAWAN PT. PERKEBUNAN NUSANTARA VII BANDAR LAMPUNG	Rina Loliyana, Andala Rama Putra Barusman dan M. Oktaviannur	29 – 34
ANALISIS KEPEMIMPINAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA DINAS KESEHATAN KABUPATEN TANGGAMUS	Siti Komariah, Marzuki Noor dan A. Suharyo	35 – 39
PENGARUH PENGAWASAN, SARANA-PRASARANA, DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI DINAS KEBERSIHAN DAN PERTAMANAN KOTA BANDAR LAMPUNG	Syamsurizal, Andala Rama Putra dan Haninun	40 – 45

Jurnal Manajemen Visionist	Volume 7	Nomor 2	Halaman 1 – 45	Bandar Lampung September 2018	ISSN 1411 – 4186
-------------------------------	----------	---------	-------------------	----------------------------------	---------------------

ISSN 1411 – 4186

Jurnal Manajemen

Visionist

Volume 7, Nomor 2 - September 2018

DEWAN PENYUNTING

Penyunting Ahli

Sudarsono (Ketua) Sri
Utami Kuntjoro Sinung
Hendratno Agus
Wahyudi Abdul Basit

Penyunting Pelaksana

Budhi Waskito
Ardansyah
Eka Kusmayadi
Zainal Abidin

Alamat:
Jl. Z.A. Pagar Alam No. 89, Bandar Lampung Tel. 0721-
789825; Fax. 0721 - 770261
Email: visionist@ubl.ac.id

Diterbitkan oleh:

Program Studi Manajemen (S2)
Program Pascasarjana Universitas Bandar Lampung

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PADA AUTO 2000 WAY HALIM BANDAR LAMPUNG

Andi Hartono¹, Iskandar Ali Alam², V. Saptarini³
Program Studi Magister Manajemen Universitas Bandar Lampung

Abstrak

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima setelah mengkonsumsi, menggunakan, atau mendapatkan produk atau jasa dengan harapan yang diinginkan dari konsumen sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.

Sebagai perusahaan mengetahui tingkat kepuasan konsumen sangatlah penting, hal ini guna memperbaiki kekurangan yang ada dan mempertahankan serta meningkatkan yang telah ada agar konsumen mendapatkan apa yang menjadi harapannya.

Saat ini yang dilakukan oleh Auto2000 Way Halim untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan adalah melalui berbagai alat email, kotak saran crc serta three day follow up. Dari keempat alat diatas hanya dua yang sering digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Pertama adalah melalui CRC (Customer

Relation Coordinator) yang merupakan bagian dari perusahaan yang di fokuskan dalam hal pelayanan customer, menjaga hubungan baik dengan pelanggan, mendengarkan masukan dari pelanggan serta pemberian solusi. Bagian kedua adalah melalui Three Days Follow Up yaitu merupakan alat yang kedua yang di gunakan untuk mengetahui tingkat ketidakpuasan terhadap layanan yang diberikan. Maka penulis memutuskan untuk mengambil judul "Analisis Faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Auto2000 Way halim Bandar Lampung "penulis ingin mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode IPA (Importance Performance Analysis), didapatkan nilai tingkat kesesuaian responden sebesar 100 %, menunjukkan bahwa kinerja bengkel AUTO2000 Wayhalim terhadap 23 atribut kualitas pelayanan bengkel yang menentukan kepuasan pelanggan adalah memuaskan.

Berdasarkan hasil dari diagram kartesius atribut-atribut yang menentukan kepuasan pelanggan bengkel Auto2000 Wayhalim terletak pada kuadran A dan kuadran B yakni Kuadran A yakni 6 Atribut. Kuadran B 8 Atribut.

Kata kunci: *Kepuasan Pelanggan, IPA (Importance Performance Analysis)*

Pendahuluan

PT Astra International T-bk (Toyota Sales Operation)/ Auto2000 merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif. Produk yang di pasarkan oleh Auto2000 Cabang Way Halim Bandar Lampung yaitu kendaraan merek Toyota yang terdiri dari semua jenis (*all type*). Selain memasarkan mobil merek Toyota, Auto 2000 Way Halim juga melayani purna jual (*after salles*) yakni perbaikan dan Suku Cadang (*spare part*) Toyota.

Sebagai perusahaan besar, PT. Astra International Tbk-Toyota Salles Operation tentunya sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas dengan produknya maupun kualitas pelayanannya yang begitu baik. Hal ini dapat dilihat dari penghargaan dari J.D Power tahun 2014 untuk katagori pelayanan purnajual terbaik. JD Power merupakan Firma informasi pemasaran global yang berdiri sejak tahun 1968. Mereka melakukan survey atas kualitas barang, jasa maupun kepuasan pelanggan secara independen.

Untuk mempertahankan hal-hal tersebut tentunya Auto2000 Way Halimjuga selalu mengupayakan berbagai hal agar dapat tetap bisa memberikan pelayanan terbaik. Hal ini dimaksudkan agar pelanggan yang sudah ada tetap menjadi pelanggan yang setia atau loyal terhadap perusahaan.

Mega (2016), Kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama yang membuat pelanggan tetap setia dan loyal serta tidak menutup kemungkinan untuk merekomendasikan kepada calon pelanggan lain. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima setelah mengkonsumsi, menggunakan, atau mendapatkan produk atau jasa dengan harapan yang diinginkan dari konsumen sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut. Jadi dapat di katakana bahwa kepuasan pelanggan merupakan bahwa konsumen akan mearasakn kepuasan setelah menerima atau merasakan suatu layanan yang di berikan melebihi dari harapan pelanggan atau minimal sama asalkan tidak di bawah dari pada harapannya itu

sendiri, karena jika yang di terima tidak sesuai dengan apa yang di diharapkan maka akan menimbulkan complain atau pindah ke tempat lain.

Tabel 1. Pelanggan yang Komplain

BULAN	UNIT ENTRY	TOTAL	
		Komplain	
		Unit	%
JUN	1372	31	2,3%
JUL	1548	24	1,6%
AGUST	1583	21	1,3%
SEP	1492	23	1,5%
OKT	1301	8	0,6%
NOP	1532	17	1,1%
DES	1379	19	1,4%
JAN	1389	17	1,2%
FEB	1283	19	1,5%
MAR	1230	19	1,5%
APR	1161	25	2,2%
RATA RATA	1388	20	1,5%

Berdasarkan data diatas terlihat bahwa rata-rata untuk tingkat unit entry atau kendaraan yang masuk ke Auto2000 Way HalimCabang Way Halim Bandar Lampung sebanyak 1388 unit perbulan dan keluhan pelanggan rata-rata perbulan adalah 20 unit atau 1 % dari unit kendaraan yang di terima oleh perusahaan. Hal ini tentunya menjadi catatan bagi perusahaan agar dapat memperbaiki atas ketidakpuasan pelanggan yang dirasakan.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka penulis mengambil kesimpulan dengan rumusan masalah :

Faktor Faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Auto2000 Way Halim(Auto2000) Cabang Way Halim Bandar Lampung.

Tujuan

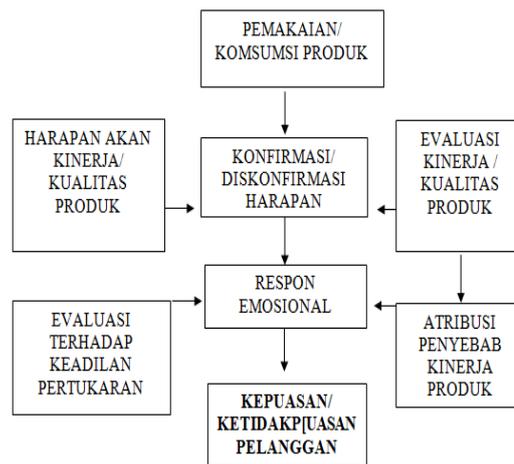
Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah Untuk melihat Faktor faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan Untuk menganalisis faktor yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Auto2000 Way HalimCabang Way Halim Bandar Lampung.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara yang dia terima dan harapannya (Umar, 2005). Seseorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang di berikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu lama. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009), Iskandar & Monica (2015), menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi konsumen. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspekstasi, pelanggan akan puas.

Model Kepuasan Pelanggan

Didalam bukunya yang berjudul pemasaran jasa Tjiptono, (2014) mengemukakan model kepuasan / ketidakpuasan pelanggan sebagai berikut :



Metodologi

Uji validitas

Validitas digunakan untuk mengukur seberapa valid (sahih) alat ukur yang diujikan untuk mengukur sesuatu, dalam penelitian ini untuk mengukur kepuasan

Uji validitas pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan SPSS16 dan Microsoft Exel 2007. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel | df = n-k dengan tingkat kesalahan 5%. Jika r tabel < r hitung maka butir soal disebut valid.

Uji reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur tersebut dapat diandalkan untuk dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap masalah yang sama. Uji reliabilitas pada penelitian ini dibantu dengan menggunakan SPSS 16 dan Microsoft Exel 2007. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pertanyaan. Jika nilai alfa >0.60, disebut reliabel.

Importance Performance Analysis

Metode *importance performance analysis* atau di singkat IPA pertama kali di perkenalkan oleh martilla dan jammes (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antar persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk / jasa yang di kenal sebagai *quadrant analysis* (Brandt,2000 dan Latu & Everret, 2000) . Metode IPA telah di terima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untu diterapkan dan tampilan hasil analysis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003)

Deskripsi Jawaban Responden

Setelah itu, dilakukan penyusunan kuesioner akhir dimana kuesioner tersebut di bagikan pada 100 pelanggan bengkel Auto2000, Hasilnya sebagai berikut:

Hasil dan Pembahasan

Tabel 2. Hasil Penilaian Kuesioner Akhir Tingkat Kepentingan

Atribut	Tingkat kepentingan (Y)					ΣY
	(SP) Skor	(P) Skor	(CP) Skor	(KP) Skor	(TP) Skor	
P1	40	41	18	1	0	420
P2	23	35	35	7	0	374
P3	23	44	19	14	0	376
P4	29	40	22	9	0	389
P5	17	37	37	9	0	362
P6	33	40	16	11	0	395
P7	24	46	24	6	0	388
P8	21	46	33	1	0	388
P9	23	48	22	7	0	387
P10	20	46	30	4	0	382
P11	24	42	28	2	0	376
P12	26	53	21	0	0	405
P13	32	43	21	4	0	403
P14	37	44	18	1	0	417
P15	20	49	27	4	0	385
P16	26	53	19	2	0	403
P17	34	40	22	4	0	404
P18	30	41	24	5	0	396
P19	32	49	18	1	0	412
P20	24	45	25	6	0	387
P21	23	44	31	2	0	388
P22	27	41	26	6	0	381
P23	22	48	29	1	0	391

Keterangan: (SP) = Sangat Penting, (P) = Penting, (CP) = Cukup Penting, (KP) = Kurang penting, (TP) = Tidak penting

$$\sum Y = (SP \times 5) + (P \times 4) + (CP \times 3) + (KP \times 2) + (TP \times 1)$$

Hasil dari $\sum Y$ didapat dari penilaian kuesioner akhir tingkat kepentingan dengan responden berjumlah 100 pelanggan bengkel Auto2000, dimana setiap kriteria dikalikan dengan skor dan semuanya ditambah sehingga didapat jumlah dari tingkat kepentingan dari tiap atribut pelayanan bengkel Auto2000.

Dari tabel diatas, tabel yang berwarna Biru menunjukkan atribut kualitas jasa yang dianggap paling penting oleh pelanggan bengkel Auto2000 adalah atribut Area parkir yang luas dan bersih saat berada di bengkel, dengan mendapat nilai tertinggi sebesar 420.

Sedangkan untuk atribut kualitas jasa yang memiliki nilai terendah ditandai dalam tabel berwarna kuning pada tabel adalah atribut Ruang tunggu luas dan nyaman, dengan mendapat nilai sebesar 362. Hal ini menunjukkan bahwa Ruang tunggu luas dan nyaman yang diberikan bengkel sangat diharapkan pelanggan.

Tabel 3. Hasil Penilaian Kuesioner Akhir Tingkat Kinerja

Atribut	Tingkat Performace (X)					ΣX
	(SB) Skor	(B) Skor	(CB) Skor	(KB) Skor	(TB) Skor	
P1	44	40	15	1	0	427
P2	52	37	10	1	0	440
P3	32	49	16	3	0	410
P4	35	51	8	6	0	415
P5	25	45	22	4	6	375
P6	20	44	27	1	8	367
P7	49	41	10	0	0	439
P8	48	42	10	0	0	438
P9	50	38	9	3	0	435
P10	47	38	15	0	0	432
P11	47	40	11	2	0	432
P12	47	37	14	2	0	429
P13	41	45	12	2	0	425
P14	15	63	19	3	0	390
P15	17	49	28	6	0	377
P16	11	56	23	2	8	360
P17	28	47	23	2	0	401
P18	26	59	15	0	0	411
P19	33	38	28	1	0	403
P20	19	60	29	2	0	426
P21	40	39	21	0	0	419
P22	27	37	34	2	0	389
P23	38	37	23	2	0	411

Keterangan: (SB) = Sangat Baik, (B) = Baik, (CB) = Cukup Baik, (KB) = Kurang Baik, (TB) = Tidak Baik
 $\Sigma X = (SB \times 5) + (B \times 4) + (CB \times 3) + (KB \times 2) + (TB \times 1)$

Hasil dari ΣX didapat dari penilaian kuesioner akhir tingkat kinerja dengan responden berjumlah 100 pelanggan bengkel Auto2000, dimana setiap kriteria dikalikan dengan skor dan semuanya ditambah sehingga didapat jumlah dari tingkat kinerja dari tiap atribut pelayanan bengkel Auto2000.

Dari tabel 4, tabel yang berwarna Biru menunjukkan atribut pelayanan bengkel yang dianggap paling baik oleh pelanggan bengkel Auto2000 adalah atribut Kebersihan kendaraan setelah perbaikan service oleh mekanik, dengan mendapat nilai tertinggi sebesar 440.

Sedangkan untuk atribut pelayanan bengkel yang memiliki nilai terendah ditandai dalam tabel berwarna kuning pada tabel adalah atribut Adanya garansi servis, dengan mendapat nilai sebesar 360. Hal ini menunjukkan bahwa Adanya garansi servis belum sesuai dengan yang diharapkan.

Tabel 4. Analisa Kepuasan Pelanggan Bengkel dengan Metode IPA (Importance Performance Analisis)

No.	Atribut	ΣX	ΣY	Tingkat kesesuaian	%
1	P1	427	420	1,017	102%
2	P2	440	374	1,176	118%
3	P3	410	376	1,090	109%
4	P4	415	389	1,067	107%
5	P5	375	362	1,036	104%
6	P6	367	395	0,929	93%
7	P7	439	388	1,131	113%
8	P8	438	388	1,129	113%
9	P9	435	387	1,124	112%
10	P10	432	382	1,131	113%
11	P11	432	376	1,149	115%
12	P12	429	405	1,059	106%
13	P13	425	403	1,055	105%
14	P14	390	417	0,935	94%
15	P15	377	385	0,979	98%
16	P16	360	403	0,893	89%
17	P17	401	404	0,993	99%
18	P18	411	396	1,038	104%
19	P19	403	412	0,978	98%
20	P20	426	387	1,101	110%
21	P21	419	388	1,080	108%
22	P22	389	389	1,000	100%
23	P23	411	391	1,051	105%

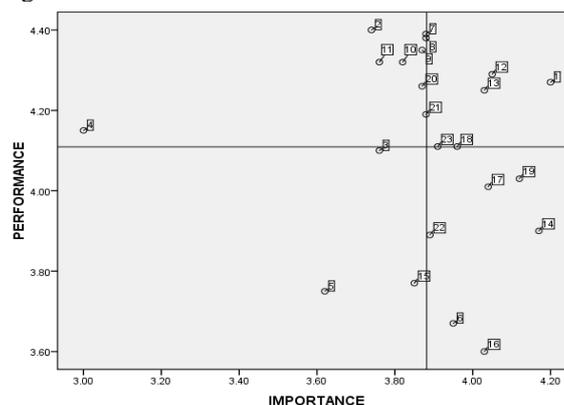
Hasil tingkat kesesuaian dari 23 atribut pelayanan bengkel didapat dari hasil penilaian kuesioner akhir tingkat kinerja (ΣX) dibagi dengan hasil penilaian kuesioner akhir tingkat kepentingan (ΣY) dan hasilnya dikalikan 100%. Dari tabel diatas, dapat diketahui atribut pelayanan bengkel yang terendah sebesar 93 % adalah Stock

spare part yang berada di bengkel lengkap sesuai aturan yang berlaku, asli dan terjamin, serta tersedia untuk perbaikan kendaraan anda. Hal ini menunjukkan bahwa atribut tersebut dirasa masih belum memuaskan pelanggan karena tidak semua part tersedia dan sedia saat itu juga saat di dibutuhkan namun harus dilakukan pemesanan yang memakan waktu tiga sampai empat hari kerja. Sedangkan untuk atribut pelayanan bengkel Auto2000 yang mendapat nilai tingkat kesesuaian tertinggi sebesar 118% dan atribut tersebut melebihi harapan dari pelanggan adalah Kebersihan kendaraan setelah perbaikan service oleh mekanik. Hal ini menunjukkan bahwa pihak bengkel Auto2000 selalu memperhatikan Kebersihan kendaraan setelah perbaikan service oleh mekanik setiap pelanggan yang datang sehingga pelanggan merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan bengkel. Sedangkan rata-rata dari hasil perhitungan tingkat kesesuaian responden adalah 105 %, hasil rata-rata tingkat kesesuaian ini didapat dari jumlah seluruh atribut kemudian hasilnya dibagi 23 atribut tersebut. Dapat dikatakan kinerja dari masing-masing atribut pelayanan bengkel sudah dapat memenuhi harapan dari pelanggan artinya pelanggan merasa puas terhadap 23 atribut pelayanan bengkel Auto2000, namun perlu ditingkatkan lagi kinerjanya. Hal ini didukung dengan pendapat dari Indriwinangsih dan Sudaryanto dalam Lodhita (2014), jika presentase 80-100% maka kesesuaian tersebut dapat memenuhi harapan dari konsumen tetapi masih perlu dilakukan perbaikan lagi. Presentase >100% dapat dikatakan kinerja.

Tabel 5. Rata-Rata Penilaian Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

No.	Atribut	ΣX	ΣY	Rata-rata	
				X	Y
1	P1	427	420	4,27	4,2
2	P2	440	374	4,4	3,74
3	P3	410	376	4,1	3,76
4	P4	415	389	4,15	3,89
5	P5	375	362	3,75	3,62
6	P6	367	395	3,67	3,95
7	P7	439	388	4,39	3,88
8	P8	438	388	4,38	3,88
9	P9	435	387	4,35	3,87
10	P10	432	382	4,32	3,82
11	P11	432	376	4,32	3,76
12	P12	429	405	4,29	4,05
13	P13	425	403	4,25	4,03
14	P14	390	417	3,9	4,17
15	P15	377	385	3,77	3,85
16	P16	360	403	3,6	4,03
17	P17	401	404	4,01	4,04
18	P18	411	396	4,11	3,96
19	P19	403	412	4,03	4,12
20	P20	426	387	4,26	3,87
21	P21	419	388	4,19	3,88
22	P22	389	389	3,89	3,89
23	P23	411	391	4,11	3,91
				4,11	3,92

Nilai \bar{x} dan \bar{y} merupakan nilai rata-rata dari 100 orang responden yakni pelanggan bengkel Auto2000 dari hasil penilaian terhadap atribut tingkat kinerja (X) dan atribut tingkat kepentingan (Y). Nilai \bar{x} didapat dari hasil penilaian tingkat kinerja (X) dibagi dengan 100 responden, begitu juga dengan Nilai \bar{y} didapat dari hasil penilaian tingkat kepentingan (Y) dibagi dengan 100 responden Berdasarkan perhitungan tabel 6 didapat nilai rata-rata \bar{x} dan \bar{y} yakni sebesar 4,11 dan 3,92. Nilai rata-rata didapat dari jumlah nilai rata-rata \bar{x} dan \bar{y} dibagi 23 atribut pelayanan. Nilai tersebut digunakan sebagai pembatas antara nilai rata-rata \bar{x} dan \bar{y} yang berpotongan sehingga membentuk empat bagian. selanjutnya hasil dari tabel tersebut di jabarkan pada diagram kartesius, dan hasilnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Kesimpulan dan Implikasi

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode IPA (Importance Performance Analysis), didapatkan nilai tingkat kesesuaian responden sebesar 100 %, menunjukkan bahwa kinerja bengkel AUTO2000 Wayhalim terhadap 23 atribut kualitas pelayanan bengkel yang menentukan kepuasan pelanggan adalah memuaskan.

Berdasarkan hasil dari diagram kartesius atribut-atribut yang menentukan kepuasan pelanggan bengkel Auto2000 Wayhalim terletak pada kuadran A dan kuadran B adalah sebagai berikut:

Kuadran A, Kebersihan kendaraan setelah perbaikan service oleh mekanik (atribut P2), Kebersihan dan kerapihan petugas bengkel (atribut P4), Ketersediaan dan kelengkapan data historis kendaraan pelanggan mengerjakan tugas (atribut P9), Kemampuan petugas bengkel dalam mengerjakan tugas (atribut P10), Keamanan kendaraan pelanggan saat berada di bengkel (atribut P20), Kecepatan kasir dalam proses pembayaran (atribut P11).

Kuadran B, Area parkir yang luas dan bersih (atribut P1), Ketepatan waktu pengerjaan servis dengan waktu selesai pengerjaan yang diberika oleh SA (atribut P7), Hasil servis dan pengecekan yang sesuai (atribut P8), Kecepatan staf melayani langsung (atribut P12), Kecepatan mekanik dalam mengerjakan servis (atribut P13), Petugas bengkel mendengar permintaan pelanggan (atribut P18), Kemampuan SA dalam mengidentifikasi dan menjelaskan atas keluhan kendaraan (atribut P21), Penjelasan SA mengenai perbaikan, biaya, estimasi waktu kepada pelanggan (atribut P23)

Implikasi

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, pihak bengkel Auto2000 Wayhalim dapat fokus dalam meningkatkan kinerja dari atribut-atribut yang terdapat pada kuadran A yang menjadi prioritas utama dalam diagram kartesius. Untuk penelitian selanjutnya, dapat dibuat analisis korelasi antara tingkat kepuasan dari setiap atribut dengan karakteristik responden seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan lain-lain. Untuk pihak perusahaan terhadap masih terdapatnya pelanggan yang melakukan complain sebaiknya mengambil tindakan yang membuat pelanggan tersebut merasa bahwa dengan complain mereka tujuan masih mendapatkan perhatian yang lebih lebih dari sekedar solusi seperti pemberian diskon service selanjutnya ataupun promo yang lainnya.

Daftar Pustaka

- Alam, Iskandar Ali & Monica, Lidya Tasya. 2015. Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 5, No; 2
- Hadiwidjaja , Reymond Setiabudi. 2014. Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town Square. *Jurnal Strategi Pemasaran*. Vol, 2, No: 2.
- Kotler and Keller . 2009, *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Indeks : Jakarta
- Rambat Lupiyoadi dan Ridho Bramamulya. 2007. *Praktikum Metode Riset Bisnis* . Salemba empat : Jakarta
- Umar, Husein. 1997. *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta
- Mega, Selfia Alke. 2016. The Effect of Services Quality on Satisfaction of Visitors Tourism in Recreation Park Mutun Beach Lampung. *International Conference On Law, Business and Governance (ICon-LBG)*
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta