**Analisis Kualitas Pelayanan di Fakultas Ekonomi UNP**

**Abror**

**Abstract**

*The aim of this research is determine student’s perceptions about service quality in Economic faculty. It used 5 dimensions of service quality as variables. By using 100 of 2551 economic faculty students as respondent, this research found, Economic faculty still have weaknesses in responsiveness and empathy dimensions but have good perception on reliability, tangibles and assurance dimensions. If Economic Faculty wanted to improve its servqual, it should be working hard to repair and maintain these 5 dimentions especially in responsiveness and empathy.*

***Kata kunci:*** *Kualitas pelayanan, Fakultas Ekonomi, UNP*

1. **PENDAHULUAN**

Perhatian perguruan tinggi terhadap kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa merupakan suatu keharusan dalam pengelolaan pendidikan tinggi saat ini. Sebagai penyedia jasa, perguruan tinggi harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya. Kondisi persaingan yang semakin ketat dalam bidang pendidikan saat ini, memaksa setiap perguruan tinggi ataupun penyelenggara pendidikan tinggi harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik serta berbeda dengan para saingan. Hal ini dimaksudkan agar bisa memenangkan persaingan yang ada.. Dalam sektor jasa dikenal beberapa dimensi kualitas pelayanan seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1998) yaitu dimensi berwujud(*tangible*), keandalan dalam menyampaikan jasa (*reliability*), ketanggapan dalam memberikan jasa (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) serta kemampuan untuk memberikan perhatian tulus pada pelanggan (*empathy*).

Di Indonesia secara umum, terdapat dua jenis perguruan tinggi yaitu yang dikelola oleh pihak swasta atau perguruan tinggi swasta dan perguruan tinggi negeri. Pada saat ini perguruan tinggi negeri masih menjadi favorit, namun dimasa yang akan datang seperti yang terjadi di luar negeri, perguruan tinggi swasta lebih diminati karena mampu memberikan pelayanan yang lebih baik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat.

Universitas Negeri Padang merupakan salah satu perguruan tinggi negeri yang berasal dari perubahan IKIP menjadi universitas.UNP harus berani bersaing dalam mendapatkan mahasiswa baru, untuk itu UNP perlu meningkatkan kualitas pelayanan yang mampu diberikan kepada semua pihak yang berkepentingan. Bagian yang lebih kecil dari suatu perguruan tinggi adalah fakultas. Fakultas harus mampu memberikan pelayanan berkualitas yang bisa memenuhi kebutuhan mahasiswa dan diharapkan mahasiswa mau merekomendasikan UNP sebagai perguruan tinggi yang harus dipilih oleh orang lain sebagai tempat belajar.

Salah satu fakultas yang ada di UNP adalah fakultas Ekonomi. Fakultas Ekonomi terdiri dari 5 prodi yaitu manajemen, akuntansi, ekonomi pembangunan, pendidikan ekonomi dan prodi magister manajemen. Agar mau dipilih atau direkomendasikan sebagai tempat belajar, maka fakultas Ekonomi UNP perlu memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap mahasiswa.

Kondisi riil di lapangan terlihat masih banyak pelayanan yang diberikan oleh fakultas Ekonomi yang dinilai sebagian mahasiswa belum maksimal. Hal ini terlihat pada prosedur pengurusan akademis, pelayanan dosen yang masih dinilai kurang, serta kurangnya sarana dan prasarana pendukung pembelajaran. Penilaian seperti ini perlu dilakukan pembuktian lebih lanjut dan pendapat sebagian mahasiswa tersebut belum tentu bisa mewakili kenyataan yang sebenarnya.

Dari uraian di atas penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah penilaian mahasiswa terhadap kualitas pelayanan fakultas Ekonomi secara keseluruhan berdasarkan dimensi *tangibles, responsiveness, empathy, assurance dan reliability.* Pendekatan kualitas pelayanan/jasa yang banyak digunakan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml dan Berry. SERVQUAL dibangun dengan membandingkan dua faktor utama yaitu layanan yang diterima dibandingkan dengan harapan konsumen. Menurut Parasuraman at all (1998) ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan e*mpathy* (empati).

Berwujud atau bukti fisik merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini ditunjukkan oleh penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Penampilan dan kemampuan yang diberikan tersebut miliputi fasilitas fisik seperti gedung, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawainya.

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang ditampilkan harus sesuai dengan harapan pelanggan seperti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik sertadengan tingkat akurasi yang tinggi.

Ketanggapan merupakan kemauan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan serta cepat mengakomodasi keluhan pelanggan. Jaminan yang ditampilkan bisa berupa pengetahuan yang dimiliki, kesopansantunan dan kemampuan pegawai menumbuhkan rasa percaya para pelanggannya terhadap perusahan. Hal ini terlihat dalam komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun. Sedangkan empati merupakan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang duberikan kepada pelanggan dalam upaya memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan adalah penelitian tentang penilaian kualitas jasa pada sekolah bisnis yang dilakukan oleh Pariseau dan Mc Daniel (1997), penelitian ini dilakukan pada dua universitas di daerah North-East Region USA. Studi ini membandingkan antara harapan dan persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh sekolah bisnis, yang meliputi pelayanan dosen, materi yang diberikan dan pelayanan non akademik. Dalam penelitian ini digunakan lima variabel seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman yaitu variabel *tangibles, reliability, empathy, responsiveness dan assurance*, temuan penelitian ini menunjukan bahwa mahasiswa menilai bahwa sekolah bisnis harus memiliki tingkat *assurance*/jaminan yang tinggi kemudian baru diikuti oleh variabel *responsiveness*, hal ini juga telah sesuai dengan persepsi manajemen sekolah bisnis.

Lee et.all (2000) juga telah melakukan penelitian yang sama namun pada objek yang berbeda yaitu pada perusahaan jasa hiburan, kursus aerobik dan perusahaan jasa investasi, Lee menemukan bahwa variabel *tangibility* merupakan faktor yang penting pada industri berbasis peralatan dan *responsiveness* pada industri berbasis manusia.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Sureshchandar (2002) menemukan adanya hubungan yang sangat erat antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan, semakin baik kualitas pelayanan maka besar kemungkinan konsumen akan semakin puas. Kelsey dan Bond (2001) juga menggunakan dimensi kualitas pelayanan sebagai fator penentu kepuasan konsumen dalam sebuah *Academic Centre of Excellence.*

1. **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif untuk menggambarkan fenomena yang akan diteliti dengan menggunakan jawaban responden. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat *cross sectional* yang diambil dengan melakukan *survey* pada waktu tertentu. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan) dan e*mpathy* (empati).

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui survey langsung kepada responden dengan menggunakan sejumlah pertanyaan yang tersusun dalam bentuk lembar kusioner. Pertanyaan yang diajukan dalam daftar pertanyaan akan dijawab oleh responden dengan jawaban menggunakan skala mulai Sangat Tidak Baik(STB), Tidak Baik(TB),Ragu-ragu/Netral (N), Baik(B) dan Sangat Baik(SB). Setiap jawaban akan diberi bobot yaitu 1 untuk STB, 2 untuk TB, 3 untuk N, 4 untuk B dan 5 untuk SB.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa FE UNP yang terdaftar pada semester ganjil tahun ajaran 2007/2008 minimal telah berada di tahun ke dua yaitu sebanyak 2551 orang. Populasi mahasiswa tersebut terdiri dari 901 orang mahasiswa PE, 566 orang manajemen, 502 orang EP, dan 582 orang mahasiswa Akuntansi.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Proporsional Sampling yaitu mengambil responden secara proporsional berdasarkan jumlah mahasiswa untuk masing-masing program studi, jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Rumus yang digunakan untuk mencari sampel adalah rumus Slovin



Dimana :

 Ukuran sampel

 Jumlah populasi

 Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kasalahan pengambilan yang masih dapat ditelorir atau diinginkan yaitu 10%

sehingga jumlah sampel yang diambil adalah sebagai berikut.



 **=** 96 orang mahasiswa di genapkan menjadi 100 orang

Pembagian sampel per prodi adalah, 35 orang untuk PE, 22 orang Manajemen, 20 orang prodi EP dan 23 orang untuk prodi Akuntansi.

 Penelitian ini menggunakan beberapa teknik analisis statistik yang sesuai. Pada tahap awal untuk melihat validitas dan reliabilitas, pertanyaan penelitian, dilakukan uji dengan menggunakan nilai *cronbach alpha,* dimana untuk dimensi *tangibles nilainya 0,67, reliability 0.76, responsiveness 0.817, assurance sebesar 0.85 dan empathy* sebesar 0.94.

Analisis selanjutnya dilakukan dengan statistik deskriptif yang berfungsi untuk menggambarkan persentase responden yang menjawab setiap item pertanyaan serta melakukan penilaian berdasarkan jawaban tersebut. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program statistik SPSS 12

1. **HASIL PENELITIAN**

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas Ekonomi minimal telah duduk di semester 3. Berdasarkan jenis kelamin, yang menjadi responden terdiri dari 23 orang laki-laki dan 77 orang wanita dengan jumlah total 100 orang responden. IPK rata rata responden antara 2,60 sampai dengan 3,50. Berdasarkan program studi, distribusi responden adalah 35% dari Pendidikan Ekonomi, 20% dari EP, 23% dari Akuntansi, dan 22% dari Manajemen.

**Tabel 1. Program Studi Responden**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Program Studi** | **Frekuensi** | **Persentase (%)** |
| Pendidikan ekonomi | **35** | **35** |
| Ekonomi Pembangunan | **20** | **20** |
| Manajemen | **22** | **22** |
| Akuntansi | **23** | **23** |
| Total | **100** | **100** |

Penilaian mahasiswa terhadap kualitas pelayanan fakultas ekonomi ini dilakukan secara bertahap yaitu penilaian terhadap masing-masing dimensi penentu kualitas pelayanan dan kemudian diikuti dengan penilaian secara keseluruhan.

 Dimensi *tangible* memiliki 8 indikator yaitu Ketersediaan ruang kuliah, ketersediaan media pembelajaran, ketersediaan perpustakaan, penampilan dosen, tingkat pendidikan dosen, penampilan pimpinan prodi, penampilan staf administrasi, dan penampilan pimpinan fakultas.

Dimensi berikutnya yang dianalisis adalah dimensi *reliability* yang memperlihatkan kemampuan fakultas ekonomi untuk memberikan pelayanan yang handal. Dalam dimensi ini terdapat 14 indikator yang digunakan yaitu ketepatan waktu dosen dalam mengajar, ketepatan waktu pengurusan administrasi, perlakuan yang sama dari pimpinan fakultas, pimpinan prodi dan dosen terhadap seluruh mahasiswa, perlakuan yang sama dari staf administrasi terhadap seluruh mahasiswa., kemampuan pelayanan staf administrasi, kemampuan dosen dalam memberikan kesempatan bertanya, kemampuan dosen dalam penguasaan media pembelajaran, kemampuan dosen dalam penguasaan materi kuliah, pemberian materi kuliah yang sesuai dengan silabus, materi kuliah yang diberikan sesuai dengan kebutuhan lapangan kerja, kemampuan dosen menjelaskan materi dan kemampuan dosen berbahasa Indonesia yang baik.

Dimensi ke tiga adalah dimensi *responsiveness*. Dimensi ini memiliki enam indikator yaitu ketanggapan dosen terhadap keluhan mahasiswa, ketersediaan waktu dosen untuk berkonsultasi, kesediaan dosen PA menanggapi permasalahan mahasiswa, daya tanggap staf administrasi terhadap kebutuhan mahasiswa, daya tanggap pimpinan fakultas mengakomodir keluhan mahasiswa, serta daya tanggap pimpinan prodi terhadap keluhan mahasiswa

Dimensi yang ke empat adalah dimensi *assurance*, dalam dimensi ini terdapat delapan buah indikator yang digunakan yaitu pengetahuan dosen yang baik dalam bidangnya, kemampuan dosen berkomunikasi secara baik, kredibilitas dosen dimata mahasiswa, kemampuan staf administrasi dalam menjalankan tugasnya, kemampuan staf administrasi berkomunikasi secara baik, kemampuan pimpinan fakultas ekonomi menciptakan keamanan dalam proses belajar mengajar, kemampuan pimpinan prodi menciptakan keamanan dalam proses belajar mengajar, serta keterkinian bahan ajar yang digunakan dosen

Dimensi terakhir dalam kualitas pelayanan ini adalah dimensi *empathy*, dalam dimensi ini terdapat lima indikator yaitu perhatian yang tulus dari dosen terhadap semua mahasiswa, kemampuan dosen memahami kebutuhan mahasiswa, perhatian yang tulus dari pimpinan prodi, perhatian yang tulus dari staf administrasi, pimpinan fakultas telah memahami kebutuhan mahasiswa.

Rata-rata penilaian responden untuk masing masing dimensi adalah: dimensi *tangibles* 3,72, dimensi *reliability* sebesar 3,63, dimensi berikutnya adalah dimensi *responsiveness* dengan rata-rata 3,19. Penilaian responden secara keseluruhan terhadap dimensi *assurance* dengan rata-rata 3,61, terakhir untuk dimensi *empathy* rata-rata jawaban responden adalah 3,13. Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan fakultas ekonomi secara keseluruhan diperlihatkan dengan nilai rata-rata sebesar 3.13.

1. **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Secara keseluruhan dimensi *tangible* dinilai cukup bagus, namun pada dimensi *tangible* masih terlihat ada indicator yang dianggap masih rendah, yaitu ketersediaan ruang kuliah, ketersediaan perpustakaan serta tampilan pimpinan prodi. Hal ini terlihat dari kurangnya ruang kuliah yang memadai seperti ruang kuliah yang bising dan panas. Kondisi ini akan menyebabkan kekurang nyamanan bagi mahasiswa untuk belajar. Sejalan dengan temuan Lee et.al (2000), yang menyatakan dimensi *tangible* merupakan faktor yang penting untuk industri berbasis peralatan, sedangkan perguruan tinggi yang lebih banyak berbasis sumberdaya manusia, kurang memperhatikan hal tersebut, namun hal ini harus diperhatikan untuk mewujudkan kualitas pelayanan yang baik.

Dimensi yang ke dua adalah dimensi *reliability,*. Penilaian responden terhadap dimensi *reliability* terlihat juga masih belum cukup baik. Hal ini diperlihatkan oleh penilaian terhadap terhadap 9 indikator yang rata-rata masih dinilai kurang bagus dengan nilai rata-rata 3,63. Dimensi *Reliability* merupakan sebuah dimensi yang penting bagi sebuah jasa karena dimensi ini akan menunjukan komitmen fakultas Ekonomi dalam memberikan pelayanan yang andal.

Staf administrasi dinilai tidak konsisten dalam memberikan pelayanan terhadap mahasiswa oleh karena itu perlu dilakukan pembenahan terhadap proses administrasi dengan prosedur dan penanggung jawab yang jelas serta perlu kontrol pimpinan agar tugas staf administrasi bisa dilakukan secara baik dan benar, hal ini terlihat dari rata-rata penilaian terhadap indicator ketepatan pelayanan administrasi yang masih dibawah 3.

Dimensi berikutnya adalah dimensi *responsiveness,* penilaian mahasiswa terhadap dimensi *responsiveness* terlihat masih belum cukup tinggi, terutama kecepatan staf administrasi dalam menanggapi keluhan mahasiswa. Sejalan dengan temuan Lee et.all (2000) dimensi *responsiveness* seharusnya memiliki kinerja yang bagus karena untuk bisnis yang berbasis sumberdaya manusia haruslah memiliki tingkat *responsiveness* yang tinggi. Pariseau dan Daniel (1997), Kelsey dan Bond (2001) juga menemukan bahwa *responsiveness* merupakan dimensi kedua terpenting dalam penilaian kualitas pelayanan pada sebuah sekolah bisnis.

Dimensi ke empat adalah dimensi *assurance,* Secara keseluruhan penilaian mahasiswa cukup bagus, terutama untuk pengetahuan dosen yang baik dalam bidangnya dan kemampuan komunikasi dosen. Kemampuan staf administrasi dalam menjalankan tugas serta berkomunikasi masih dinilai biasa saja ini perlu diperhatikan ke depan. Perlu diberikan pengarahan dan pelatihan bagi staf administrasi tentang cara pelayanan yang baik sehingga di masa datang fakultas ekonomi mampu memberikan jaminan pelayanan yang lebih baik terhadap mahasiswa. Pariseau dan Daniel (1997) menemukan dimensi *assurance* ini merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling menentukan bagi sebuah sekolah bisnis. Kelsey dan Bond (2001) juga menggunakan dimensi ini sebagai faktor penentu bagi kepuasan konsumen.

Dimensi terakhir adalah dimensi *empathy*, secara keseluruhan untuk dimensi *empathy* responden menilai belum cukup baik. Hal ini terutama pada perhatian yang tulus dari staf administrasi serta kemampuan dosen memahami makondisi mahasiswa. Fakultas Ekonomi harus mampu dan memiliki niat untuk lebih memberikan perhatian yang tulus dalam memberikan pelayanan agar mahasiswa yang pada saat ini ragu dengan sikap ketulusan fakultas ekonomi bisa berubah menjadi yakin akan hal tersebut. Dosen, staf administrasi dan pimpinan fakultas harus berusaha berempati dengan mahasiswa dan mencoba melakukan pendekatan secara komprehensif. Menurut Pariseau dan Daniel (1997) dimensi ini merupakan dimensi ke tiga yang secara signifikan berpengaruh terhadap penilaian kualitas pelayanan pada sekolah bisnis.

Penilaian responden terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan fakultas ekonomi masih kurang bagus dengan rata-rata 3,13. Berdasarkan hasil temuan, baik secara masing-masing dimensi maupun secara keseluruhan, responden masih menilai kualitas pelayanan di fakultas ekonomi masih belum cukup baik dan perlu perbaikan ke depan.

.Penelitian ini masih memiliki kelemahan diantaranya jumlah sampel yang relatif sedikit dan dinilai belum mampu membuat generalisasi terhadap penilaian mahasiswa ekonomi secara keseluruhan. Meskipun demikian temuan ini bisa menjadi masukan bagi fakultas ekonomi agar bisa meningkatkan kualitas pelayanannya sehingga bisa menciptakan kualitas pelayanan yang lebih baik dan mampu menciptakan keunggulan bersaing di masa depan.

1. **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil analisis dan pembahasan memperlihatkan bahwa secara keseluruhan responden meniliai bahwa kualitas pelayan di fakultas ekonomi masih perlu perbaikan. Dari lima dimensi yang dinilai ternyata terdapat dua dimensi yang dinilai kurang bagus oleh responden yang ditunjukan dengan nilai rata-rata dibawah 3,5 yaitu dimensi  *responsiveness dan empathy*. Dimensi yang cukup bagus dinilai oleh responden adalah dimensi *tangible* dan *assurance* namun meskipun demikian bukan berarti fakultas ekonomi tidak lagi memperhatikan dimensi ini. Fakultas ekonomi harus melakukan perbaikan ke depan agar mampu memberikan pelayanan terbaik sehingga diharapkan mampu meningkatakan kinerja fakultas secara keseluruhan.

Dari dua dimensi yang kurang bagus terlihat bahwa staf administrasi merupakan faktor yang dinilai paling perlu untuk diperbaiki, oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan dan pengembangan staf administrasi agar mampu memberikan pelayanan yang lebih baik di masa datang. Penelitian ini masih memiliki kelemahan diantaranya adalah masih terbatasnya jumlah sampel sehingga masih belum cukup bagus untuk membuat generalisir penilaian mahasiswa secara keseluruhan.

Pada masa yang akan datang, fakultas ekonomi disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya terutama pada dimensi *reliability*, *responsiveness* dan *empathy*. Hal ini bisa dilakukan dengan meningkatkan kemampuan dosen, pimpinan fakultas dan staf administrasi dalam memberikan pelayanan seperti kemampuan menanggapi keluhan mahasiswa, kemampuan untuk memberikan perhatian yang tulus pada mahasiswa, dan kemampuan lain yang berhubungan dengan dua dimensi yang masih kurang.

Secara khusus yang perlu mendapat perhatian yang lebih besar dari pimpinan fakultas adalah kualitas pelayanan staf administrasi yang dinilai responden masih kurang, sehingga perlu perbaikan yang serius terhadap kualitas SDM maupun prosedur yang harus dilakukan. Pelatihan dan keterampilan dalam melayani perlu diberikan kepada staf administrasi agar memahami fungsi dan tugasnya masing-masing.

Meskipun dimensi *tangible, reliability* dan *assurance* sudah dinilai cukup baik, bukan berarti fakultas ekonomi akan mengabaikan dimensi ini pada masa datang. Disarankan fakultas ekonomi terus meningkatkan fasilitas, kesesuaian materi dengan kebutuhan lapangan dan kemampuan lain yang berhubungan dengan dimensi *tangible* dan *assurance.* Penelitian ini perlu ditindak lanjuti dengan penelitian lebih lanjut menggunakan responden yang lebih memadai, dan melakukan penilaian sampai dengan tingkat kepuasan serta loyalitas mahasiswa terhadap fakultas ekonomi.

**DAFTAR PUSTAKA**

Hair, JF. Jr, RE.Anderson. R.L. Tatham. W.C Black.1998. *Multivariate Data*

*Analysis*, 5th ed, Pren-Hall Inc, Upper Saddle River

Kelsey, K.D. Bond, J.A (2001) A Model for Meassuring Customer Satisfaction within An Academic Center of Excellence. *Journal of Managing Service Quality*. Vol. 11 No. 5. p. 359-367.

Lee, Hasik.Yongki Lee.Dongkeun Yoo.2000. The Determinants of Perceived Service Quality and Its Relationship with Satisfaction. *Journal of Services Marketing*. Vol 14. No. 3. p.217-231

Parasuraman. V.A Zeithaml, Leonard L Berry.1998.SERVQUAL:A multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64. No.1.

Pariseau, Susan E. McDaniel, J.R.1997. Assesing Service Quality in Schools of Business. *International Journal of Quality & Reliability Management*. Vol. 14. No.3. p. 204-218

Sureshchandar, G.S. Chandrasekharan Rajendran. R.N Anantharaman, 2002. The Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction- a Factor Specific Approach. *Journal of Services Marketing*. Vol16. No. 4 p. 363 – 379

**Lampiran**

**Descriptives Tangible**

****

**Descriptives Reliability**

****

**Descriptives responsiveness**

****

**Descriptives Assurance**

****

**Descriptives Emphaty**

****

**Descriptives overall**

****