

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT GLOBAL KNOWLEDGE INDONESIA

Laura Ninta br Purba, Endah Wartiningasih¹⁾ dan Dewi Winarni Susyanti

Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta

Email: endah.wartiningasih@gmail.com¹⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan kepada responden untuk memperoleh data primer dan studi kepustakaan untuk memperoleh data sekunder. Data yang didapat diolah menggunakan *SPSS 23.0 for Windows*. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis statistik inferensial, uji validitas, dan reliabilitas, uji asumsi dasar, analisis regresi linear sederhana, analisis korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi dan uji T (Uji Parsial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh sebesar 37,5% terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya 62,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: kualitas, pelayanan jasa, kepuasan pelanggan, perusahaan dan pengaruh

Abstract

This research conducted to determine how much influence the service quality on consumers satisfaction. Collecting data using a questionnaire that given to respondents to obtain primary data and study literature available to get secondary data. The data that can be processed using SPSS 23.0 for Windows. Meanwhile, the method of data analysis using inferential statistical analysis, validity and reliability, assumption base test, analysis of simple regression, analysis of simple correlation, analysis of coefficients determined and T test (Partial Test). The results of this research indicate thar service quality have strong effect to the consumers satisfaction. Quality service effect consumers satisfaction equal 37,5%, and the residue equal to 62,5% effected by some other factor.

Keywords: Service, Quality, Consumers Satisfaction, the influence and corporation

PENDAHULUAN

Saat ini teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat dimana perkembangannya tidak bisa dihindari. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini tidak hanya dapat membantu cara hidup kita menjadi lebih maju dalam kehidupan sehari-hari, dunia bisnis pun ikut terbantu dengan perkembangan teknologi saat ini. Berbagai hal yang dulu dapat memakan biaya yang besar dan waktu yang lama, kini dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat

bahkan dalam waktu hitungan detik. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sudah banyak diterapkan hampir di seluruh negara yang ada di dunia. Perkembangan teknologi dan informasi yang relatif cepat dan dewasa pun mempengaruhi perkembangan perekonomian melalui perusahaan-perusahaan berskala nasional maupun internasional. Penerapan ini menyebabkan perubahan dalam kebiasaan yang baru dalam bidang bisnis.

Dalam sebuah organisasi, kualitas organisasi sangat bergantung pada mutu SDM (Sumber Daya Manusia) organisasi tersebut. Setiap organisasi harus memperkerjakan karyawan yang kompeten dan bermotivasi. Kebutuhan ini dirasa semakin kuat ketika organisasi harus melawan tantangan-tantangan yang dihadirkan oleh ekonomi yang semakin mengglobal, bergerak cepat dan sangat dinamis serta perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut. Agar mampu bersaing dan berkembang dengan pesat, banyak organisasi memasukkan pendidikan karyawan, pelatihan dan pengembangan sebagai bagian strategi utama organisasi.

Pelatihan meliputi perubahan sikap sehingga karyawan dapat melakukan pekerjaannya lebih efektif. Pelatihan bisa dilakukan pada semua tingkat dalam organisasi. Pada tingkat bawah pelatihan berisikan pengajaran bagaimana mengerjakan sebuah tugas, misalnya mengoperasikan sebuah mesin atau perangkat. Disisi lain pengembangan lebih sering digunakan untuk pekerjaan pada level manajerial yaitu kemampuan kepada karyawan yang akan diperlukan organisasi di masa yang akan datang.

Banyak jenis pelatihan dan pengembangan dalam sebuah perusahaan karna adanya divisi-divisi dalam perusahaan tersebut. Pelatihan dan pengembangan ini berupa *hardskill* seperti mengolah data menggunakan *Microsoft*, menjalankan sebuah program, menggunakan sebuah mesin, serta *softskill* seperti cara berkomunikasi yang baik, berperilaku dalam lingkungan kerja, cara dalam mengambil keputusan sampai kepada meningkatkan motivasi kerja. Salah satu pelatihan dan pengembangan yang sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan adalah pelatihan berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Karena teknologi informasi dan komunikasi merupakan bidang yang selalu mengalami perubahan dan perkembangan

yang sangat cepat, sehingga diperlukan proses adaptasi yang berkesinambungan.

Melihat kebutuhan tersebut banyak banyak orang yang ahli dalam bidangnya berinisiatif untuk membangun bisnis jasa pelayanan untuk keperluan pelatihan dan pengembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan jasa layanan pelatihan dan pengembangan teknologi informasi dan komunikasi sebagai sebuah usaha sangat perlu memperhatikan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan untuk mendapatkan kepuasan pelanggannya.

Pelayanan yang berkualitas yang diberikan oleh perusahaan diperlukan untuk menarik keputusan pembelian dan mencapai titik kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan secara terus menerus merupakan salah satu strategi yang dapat menguntungkan perusahaan penyedia jasa dan pelanggannya. Sehingga dari hal tersebut, dibutuhkan peningkatan teknik untuk analisis tingkat kepuasan konsumen. Kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan penyedia layanan jasa, dapat menciptakan suatu persepsi positif dari pelanggan terhadap perusahaan penyedia jasa dan menghasilkan suatu kepuasan serta loyalitas dari pelanggan.

Model SERVQUAL merupakan salah satu dari banyak model yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Penilaian terhadap kualitas pelayanan hanya dapat dilakukan dengan melihat perbandingan antara harapan pelayanan yang diinginkan konsumen sama dengan pelayanan yang diberikan. Karena dua faktor penentu tersebut menjadi dasar dibangunnya metode SERVQUAL. Terdapat lima dimensi SERVQUAL yang menjadi faktor penentu kualitas. Faktor pertama yaitu bukti langsung yang merupakan produk fisik yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam menunjang pelayanan mereka. Faktor kedua yaitu kehandalan yang merupakan kesesuaian dalam proses pelayanan. Faktor ketiga yaitu daya tanggap yang merupakan respon

dari penyedia layanan untuk membantu pelanggan secara tanggap dan cepat. Faktor keempat yaitu jaminan yang merupakan kemampuan pemberi layanan untuk menimbulkan kepercayaan dari pelanggan atas apa yang telah dijanjikan. Faktor kelima yaitu yang merupakan perhatian secara pribadi yang diberikan oleh pemberi layanan kepada tiap-tiap pelanggan.

Di wilayah Jakarta banyak perusahaan yang membuka layanan jasa pelatihan dan pengembangan Teknologi informasi dan komunikasi (TI). PT Global Knowledge Indonesia merupakan salah satu perusahaan jasa yang memberikan pelatihan dan pengembangan teknologi informasi dan komunikasi. PT Global Knowledge Indonesia hadir untuk membantu individu maupun perusahaan dalam meningkatkan kemampuan di bidang teknologi dan informasi sejak awal tahun 2012. Saat melakukan survei dan melakukan pendekatan terhadap pelanggan perusahaan tersebut, terdapat sebuah masalah yang membuat para pelanggan merasa tidak nyaman. Adapun masalah dalam perusahaan ini adalah masalah waktu pelayanan. Waktu yang sudah ditentukan tidak sesuai dengan kenyataan saat pelanggan harus mengikuti pelatihan. Sedangkan mereka yang mengikuti pelatihan mempunyai kegiatan lain setelah jam pelatihan usai. Seringkali para pelanggan mengeluhkan masalah waktu yang cukup lama tersita karena waktu usai pelatihan lebih lama dari jadwal seharusnya yang dikarenakan waktu mulainya juga lebih lama. Sebagai salah satu perusahaan penyedia layanan pelatihan dan pengembangan teknologi informasi dan komunikasi, pastinya harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggannya. Dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pihak PT Global Knowledge Indonesia maka bisa dilihat apakah para pelanggannya merasa puas atau tidak. Masalah waktu ini menyangkut tentang kualitas. Oleh sebab itu, penulis memilih PT Global Knowledge

Indonesia sebagai tempat penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan, memberi dampak terhadap kepuasan pelanggan.

Perumusan Masalah

Adapun permasalahan yang diangkat peneliti dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Global Knowledge Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian survei yang merupakan salah satu bagian dari pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis statistik dengan menggunakan regresi linier sederhana.

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 336 responden. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah salah satu teknik pada *nonprobability sampling* yaitu *insidental sampling*. Dalam menentukan ukuran sampel penelitian ini ditentukan dengan Teknik Slovin dan didapatkan hasil sampel 77 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi ke lapangan dan menyebarkan instrument penelitian berupa kuesioner ke responden, Tipe skala yang digunakan untuk mengukur kedua variabel pada penelitian ini adalah skala interval. Data-data yang diperoleh dari pengukuran dengan instrument sikap dengan skala likert misalnya adalah berbentuk data interval. Penggunaan skala interval dalam penelitian ini dikarenakan peneliti ingin mengetahui seberapa kuat responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang ada dalam kuesioner melalui skala likert atau skala 5 titik.

Teknik pengolahan data melalui tahapan berikut:

Editing adalah proses yang dilakukan setelah semua data terkumpul untuk melihat apakah jawaban-jawab kuesioner telah terisi atau belum.

Coding adalah proses pemberian kode tertentu terhadap aneka ragam kuesioner yang sama. Pada penelitian ini peneliti membuat kode dalam kuesioner.

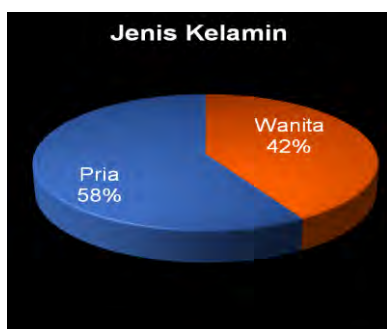
Tabulasi adalah proses pengelompokan data atas semua jawaban-jawaban dengan teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan sampai terwujud dalam bentuk tabel yang berguna dan berdasarkan tabel untuk mendapatkan hubungan-hubungan antara variabel-variabel yang ada.

Scoring adalah proses yang berupa pemberian Skor pada jawaban kuesioner, dalam penelitian ini menggunakan skala 5 tingkat (Likert). Untuk uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan realibilitas. Untuk uji hipotesis asosiatif/hubungan yang datanya berbentuk interval menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana, analisis korelasi sederhana, uji determinasi dan uji parsial (uji t)

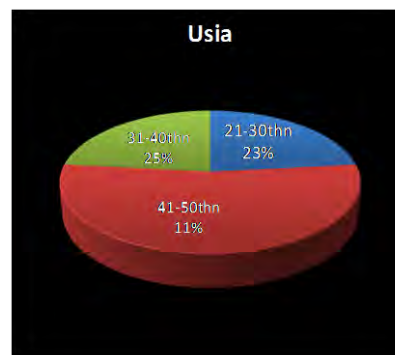
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka hasil rekapitulasi data dapat dipaparkan seperti berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Butir Instrumen	r hitung	r tabel	Ket
1	0.2	0,188	VALID
2	0.415	0,188	VALID
3	0.285	0,188	VALID
4 BUKTI FISIK	0.387	0,188	VALID
5	0.272	0,188	VALID
6	0.373	0,188	VALID
7	0.289	0,188	VALID
8	0.432	0,188	VALID
9 KEHANDALAN	0.364	0,188	VALID
10	0.433	0,188	VALID
11	0.406	0,188	VALID
12	0.367	0,188	VALID
13	0.429	0,188	VALID
14	0.276	0,188	VALID
15 KETANGGAPAN	0.409	0,188	VALID
16	0.317	0,188	VALID
17	0.391	0,188	VALID
18	0.418	0,188	VALID
19	0.352	0,188	VALID
20 EMPATI	0.368	0,188	VALID

21	0.218	0,188	VALID
22	0.335	0,188	VALID
23	0.471	0,188	VALID
24	0.512	0,188	VALID
25 JAMINAN	0.442	0,188	VALID

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

26	0.331	0,1888	VALID
27	0.231	0,1888	VALID
28	0.475	0,1888	VALID
29	0.432	0,1888	VALID
30	0.46	0,1888	VALID
31 KEPUASAN TERHADAP BUKTI FISIK	0.452	0,1888	VALID
32	0.593	0,1888	VALID
33	0.295	0,1888	VALID
34	0.577	0,1888	VALID
35 KEPUASAN TERHADAP KEHANDALAN	0.525	0,1888	VALID
36	0.603	0,1888	VALID
37	0.485	0,1888	VALID
38	0.558	0,1888	VALID
39	0.588	0,1888	VALID
40	0.606	0,1888	VALID
41 KEPUASAN TERHADAP KETANGGAPAN	0.529	0,1888	VALID
42	0.575	0,1888	VALID
43	0.491	0,1888	VALID
44	0.539	0,1888	VALID
45	0.482	0,1888	VALID
46	0.465	0,1888	VALID
47 KEPUASAN TERHADAP JAMINAN	0.577	0,1888	VALID
48	0.481	0,1888	VALID
49	0.571	0,1888	VALID
50 KEPUASAN TERHADAP EMPATI	0.514	0,1888	VALID

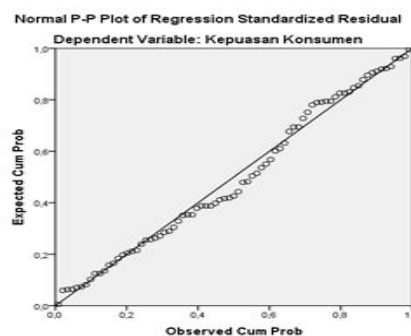
Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka hasil uji realibilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Alpha Cronbach's	Alpha Cronbach's	Ket
1	Kualitas Pelayanan	0,824	0,60	R
2	Kepuasan Pelanggan	0,901	0,60	R

Dari hasil rekapitulasi data dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan adalah semua indikator dari masing-masing variabel dikarenakan semua indikator memperlihatkan nilai persentase jawaban responden dalam kuesioner dengan mayoritas tanggapan sangat setuju dan setuju. Berdasarkan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan jasa di PT Global Knowledge Indonesia maka faktor yang paling besar pengaruhnya adalah jaminan dan empati.

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji persyaratan data yaitu uji normalitas dan uji lineritas.



Grafik P-P Plot, dapat dilihat bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya. Dengan demikian, model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Pelanggan * Kualitas Pelayanan	Between (Combined) Groups	2283,340	23	99,276	2,693	,001
	Linearity	1516,242	1	1516,24	41,13	,000
	Deviation from Linearity	767,099	22	34,868	,946	,541
Within Groups		1953,517	53	36,859		
Total		4236,857	76			

Signifikansi (*linearity*) yaitu sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi penelitian yaitu 10% (0,10). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa antara variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki hubungan yang linear.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Global Knowledge Indonesia

Model		Coefficients ^a		
		B	Std. Error	Standardized Coefficients
1	(Constant)	33,787	11,588	
	Kualitas Pelayanan	,703	,109	,598

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 33,787 + 0,703X$$

Nilai 33,787 merupakan konstanta, artinya jika kualitas pelayanan (X) nilainya adalah 0, maka kepuasan pelanggan (Y) nilainya adalah sebesar 33,787. Sedangkan nilai koefisien arah regresi adalah positif yaitu sebesar 0,703, artinya jika ada penambahan satu nilai atau angka pada kualitas pelayanan (X) maka akan ada kenaikan pada variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,703.

Correlations			
		Kepuasan Pelanggan	Kualitas Pelayanan
Pearson Correlation	Kepuasan Pelanggan	1,000	,613
	Kualitas Pelayanan	,613	1,000
Sig. (2-tailed)	Kepuasan Pelanggan		,000
	Kualitas Pelayanan	,000	
N	Kepuasan Pelanggan	77	77
	Kualitas Pelayanan	77	77

Koefisien korelasi (R) antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,613. Berdasarkan pedoman interpretasi korelasi yang telah dikemukakan oleh Sugiyono di atas, dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y).

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,613 ^a	,375	,349	6,023

Nilai koefisien korelasi sebesar 0,613 dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,375 atau 37,5%. Angka ini diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi (0,613 x 0,613) dan selanjutnya dikalikan dengan 100%. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) menyumbangkan pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 37,5%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 62,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Sehingga dari perhitungan dari data di atas menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	33,787	11,588		2,916	,005
	Kualitas Pelayanan	,703	,109	,598	6,465	,000

Diperoleh nilai *t* hitung sebesar 6,465. Nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan *t* tabel yaitu 1,6654. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, dan H_0 diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa PT Global Knowledge Indonesia. Kualitas pelayanan merupakan variabel independen (X), sedangkan kepuasan pelanggan merupakan variabel dependen (Y). Berdasarkan hasil pembahasan pada bab IV terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh persamaan $Y = 33,787 + 0,703X$. Dari persamaan tersebut diperoleh konstanta sebesar 33,787 yang artinya apabila kualitas pelayanan bernilai nol maka kepuasan pelanggan dalam memakai jasa PT Global Knowledge Indonesia sebesar 33,787. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan positif sebesar 0,703 yang artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan 1 nilai, maka kepuasan pelanggan naik sebesar 0,703. Perhitungan pada uji determinasi didapat nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0,375. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) dapat menjelaskan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 37,5, sedangkan sisanya yaitu 62,5% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dari data perhitungan di atas menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka t hitung $> t$ tabel sebesar $6,465 > 1,6654$. Selain itu hasil perhitungan pada tabel signifikan menunjukkan hasil sebesar $0,000 < 0,10$. Artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Global Knowledge akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Dengan demikian

maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan H_0 diterima.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

a. PT Global Knowledge Indonesia sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, hal ini dilakukan agar kepuasan pelanggan tetap terjaga, sehingga pengguna jasa PT Global Knowledge Indonesia akan semakin meningkat dari waktu ke waktu. Hal yang dapat dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan kelima indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

1. Peningkatan bukti fisik (*tangibles*) dapat dilakukan dengan menjaga fasilitas dengan cara pengecekan fasilitas utama dan pendukung secara berkala, serta dengan menjaga kebersihan yang ada di dalam ruangan kelas maupun sekitar kantor sehingga dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan pengguna jasa PT Global Knowledge Indonesia. Pada indikator bukti fisik terdapat salah satu pernyataan dengan skor terendah sehingga untuk bukti fisik sebaiknya semakin ditingkatkan lagi baik itu perangkat keras maupun perangkat lunak.
2. Peningkatan kehandalan (*reliability*) dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan secara akurat, andal, dan bertanggung jawab. Pada indikator ini mendapat tanggapan yang kurang baik dari pelanggan terkait masalah waktu. Sebaiknya PT Global Knowledge semakin memajemen waktu

dengan sebaik mungkin dimana pelaksanaan kelas dimulai sesuai dengan perjanjian yang sudah ditetapkan.

3. Peningkatan ketanggapan (*responsiveness*) dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan juga kepada para karyawan agar karyawan menjadi semakin sigap dalam melayani dan menanggapi keluhan para pengguna jasa PT Global Knowledge Indonesia.
 4. Peningkatan jaminan (*assurance*) dapat dilakukan dengan cara meningkatkan keamanan pada ruangan kelas dan sekitar gedung kantor terutama untuk menghindari hal yang tidak terduga agar pelanggan merasa aman. Selain itu PT Global Knowledge juga sebaiknya memberikan jaminan berupa pelatihan ulang kepada pelanggan yang nilainya tidak memenuhi target.
 5. Peningkatan empati (*empathy*) yang dapat dilakukan dengan cara lebih memperhatikan kebutuhan pelanggan pengguna jasa PT Global Knowledge Indonesia baik secara individu maupun kelompok agar mereka merasa diperhatikan yang akan menciptakan kepuasan pelanggan.
- b. PT Global Knowledge sebaiknya rutin dalam melakukan survei kepuasan pelanggan pengguna jasa PT Global Knowledge Indonesia untuk melihat apakah pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan. Selain survei sebaiknya perusahaan menyediakan kotak keluhan dan saran bagi pelanggan pengguna jasa untuk mengetahui peningkatan kualitas pelayanan seperti apa yang dibutuhkan pihak PT Global Knowledge Indonesia dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kotler, Philip dan Gery Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pramesti, Getut. 2016. *Statistik Lengkap Secara Teori dan Aplikasi Dengan SPSS 23*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Riduwan. 2012. *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sanusi, Anwar. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

Jurnal Ilmiah

- Ayu, Eka. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Travel CV. Panca Indra Abadi Wisata Sidoarjo". Dalam *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*, Vol.5 No.1, Surabaya.

- Lakmi, Ade Rosita. 2014. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Pada Rumah Sakit Umum Daerah Badung”. Dalam Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.3 No.1, Bali.
- Samosir, Zurni Zahara. 2005. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU”. Dalam Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi, Vol.1 No.1, Medan.

Publikasi Elektronik

<https://unctad.org/en/Pages/About%20UNCTAD/Unctad-Employment.aspx> di akses pada 17 Februari 2016

<http://www.gkapac.com/ID> di akses pada 11 Mei 2016

Skripsi

- Heriza, Alam Firdaus. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pada PT. TELKOM WITEL Jakarta Selatan”. Depok: Politeknik Negeri Jakarta.
- Manullang, Ida. 2008. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines Di Bandara Polonia Medan”. Medan: Universitas Sumatera Utara.

