

Analisis Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan *CDC* (*Carrier Development Centre*) Politeknik Negeri Semarang

Taviyastuti

Staf pengajar pada Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Semarang

Abstract: *This study aims to determine the factors that affect satisfaction on quality service to internal and external customer of the Career Development Center (CDC) Semarang State Polytechnic (POLINES). The method used to determine the level of customer satisfaction on the service quality of CDC is Importance Performance Analysis (IPA). Questionnaire is used to collect the data. The sample was selected using purposive sampling as many as 50 people consisting of 13 alumni, 24 students and 13 representatives of companies. Based on the results of research, quality of care as measured by using the CDC IKP and Cartesian diagram, shows that in general the level of customer satisfaction on service quality of CDC POLINES is categorized satisfied (IKP average of 82%). The Cartesian diagram explains that the main priority of corrective action is the factors that go into quadrant A. While the quality of the factors in quadrant D needs to be reduced/efficiency, because the customers do not consider them so important, but the CDC provides redundant services, and maintain quadrants B and C so as to provide better services to internal and external customers. The efforts are expected to improve the competitiveness of Polines graduates so as to shorten the waiting time to get employment.*

Keywords: *customer satisfaction, service quality*

1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang penting yang dipertimbangkan konsumen atau pemakai. Kualitas pelayanan yang kurang memuaskan akan membuat konsumen atau pemakai berpikir untuk tidak kembali lagi bahkan akan memutuskan hubungan dengan perusahaannya, sedangkan kualitas pelayanan yang memuaskan akan membuat konsumen terus menggunakan produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Demikian juga halnya dengan Pelayanan *CDC* (*Carrier Development Centre*) yang ada di Politeknik Negeri Semarang. *CDC* merupakan bagian dari salah satu unit yang ada di Politeknik Negeri Semarang yaitu UPKS (Unit Pengembangan Kerja Sama) yang memberikan fasilitas dan pelayanan kepada stake holders internal dan eksternal berupa rekrutmen, seleksi mahasiswa dan alumni oleh perusahaan, magang industri bagi dosen dan mahasiswa, tracer study, job fair dan bea siswa dari perusahaan dan beasiswa bidik misi bagi mahasiswa yang bekerja sama dengan Pemda. Perusahaan yang telah menjalin kemitraan dengan Politeknik Negeri Semarang (Polines) dalam kaitannya dengan *CDC* ada lebih dari 100 perusahaan dalam melaksanakan aktivitas tersebut. Peran dan fungsi *CDC* adalah menjembatani antara Polines dengan stakeholders baik internal maupun

eksternal, melalui CDC mahasiswa dan alumni mendapatkan informasi lowongan kerja, mempunyai kesempatan mengikuti proses rekrutmen dan seleksi dari perusahaan – perusahaan yang mencari karyawannya dengan metode “walk in” yaitu mendapatkan tenaga kerja melalui perguruan tinggi, mendapat peluang magang industri di perusahaan yang telah menjalin kerjasama dengan Polines termasuk dosen, mahasiswa juga mendapat kesempatan meraih beasiswa. Bagi Polines CDC mendukung upaya meningkatkan daya saing mutu lulusan dengan memberikan masukan untuk menentukan kebijakan berkaitan dengan mutu lulusan. Bagi perusahaan dapat memperoleh karyawan yang berkualitas sekaligus mendukung peran mereka dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan).

Berkaitan dengan aktivitas kemitraan yang terjalin antara UPKS yang membawahi program CDC dengan perusahaan perlu ditingkatkan. Dengan terjalin kemitraan akan terjadi “*Link and Match*” antara Polines dengan dunia kerja dan industri.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut perlu diteliti analisis faktor-faktor kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan CDC dengan metode IPA (*Importance Performant Analysis*) untuk membandingkan tingkat kepentingan dengan kinerja berdasarkan 5 dimensi dari konsep SERVQUAL dari Parasuraman A, Zeithaml V A, dan Barry (1991) yakni *Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy, dan Tangible*

Tujuan Penelitian ini adalah mengetahui kualitas pelayanan CDC bagi pelanggan Internal dan Eksternal dengan konsep *SERVQUAL*, menganalisis kepuasan pelanggan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja pelayanan CDC serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan internal dan eksternal dengan menggunakan diagram Kartesius.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit, kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti dari mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Menurut Lehtinen (1983) dalam Rambat Lupiyoadi (2001: 5) memberikan pengertian jasa adalah suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan yang berlangsung dalam suatu interaksi/hubungan antar orang yang memberikan kepuasan pada pelanggan, sedangkan menurut Kotler (1988), jasa adalah segala tindakan/kegiatan yang bermanfaat yang ditawarkan kepada pihak lain, bersifat tidak tampak serta tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan produk fisik.

Bagi Jasa pendidikan peserta didik adalah pelanggan yang langsung menikmati jasa pendidikan yang ditawarkan. Dalam sistem pendidikan nasional jenjang pendidikan yang akan dilalui peserta didik adalah pendidikan dasar, menengah, dan tinggi. Pendidikan tinggi terdiri dari pendidikan akademik dan pendidikan profesi, sedangkan satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut atau universitas. Sedangkan Politeknik adalah penyelenggara program pendidikan tinggi vokasi jenjang diploma (D3).

Zeithaml, Berry dan Parasuraman (1996) mengatakan bahwa yang harus menjadi perhatian dalam meningkatkan kualitas dari jasa/pelayanan terdiri dari 5 dimensi, yaitu:

1. Reliability (kehandalan), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
2. Responsiveness (ketanggapan), kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan informasi yang jelas

3. *Empathy* (empati), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi.
4. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko. *Assurance* ini terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun
5. *Tangibles* (bukti nyata yang kasat mata), yaitu merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan dan sarana serta prasarana, serta penampilan pegawainya.

Kelima instrumen tersebut dapat dipakai sebagai acuan untuk menentukan kualitas jasa yang selama ini dilakukan oleh perusahaan. Dengan memperhatikan dimensi yang ada, perusahaan bisa menganalisis apakah selama ini sudah memberikan kepuasan kepada konsumennya atau belum

3. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Agar supaya generalisasi tidak terlalu luas dari yang seharusnya, maka dalam penelitian perlu ditetapkan terlebih dahulu populasinya. Adapun yang dimaksud dengan populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Nur Indrianto dan Bambang S, 2002). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan CDC Politeknik Negeri Semarang (Polines) yang terdiri dari Perusahaan (Industri) yang menjadi mitra, seluruh mahasiswa serta alumni Polines. Dalam penelitian tidak seluruh populasi akan dijadikan responden tetapi hanya sebagian saja (*sample*). Cara pengambilan sampel yang digunakan *Purposive sampling*, adalah teknik penentuan sampel berdasarkan alasan atau kriteria tertentu yaitu pelanggan yang memiliki hubungan dengan pelayanan CDC. Sampel yang diambil 50, dengan rincian mahasiswa 24 orang, alumni 13 orang. Mahasiswa dan alumni adalah yang mengikuti rekrutmen melalui CDC, dan 13 perusahaan yang menjalin kerjasama dan melaksanakan rekrutmen melalui CDC.

Metode Pengumpulan Data

Dalam menggunakan metode pengumpulan data, maka asumsi yang dipegang peneliti adalah subyek penelitian adalah orang yang paling tahu tentang dirinya dan pernyataan yang diberikan oleh subyek adalah benar dan dapat dipercaya. Metode pengumpulan datanya adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. Kepada para responden diberikan kuesioner dalam bentuk skala likert. Skala likert merupakan skala kontinum bipolar, dimana pada ujung sebelah kiri (angka rendah) menggambarkan jawaban yang bersifat negatif, dan ujung sebelah kanan (angka besar), menggambarkan jawaban yang bersifat positif. Skala likert dirancang guna memungkinkan responden menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir pertanyaan atau pernyataan. Skala likert yang dipergunakan dari angka 1 sampai angka 5, sebagaimana dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Skala Likert Harapan /Kinerja

Skala				
1	2	3	4	5
Sangat Tdk Setuju			Sangat Setuju	

Sumber: Dikembangkan untuk penelitian

Metode Analisa Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, untuk menjawab perumusan masalah mengenai faktor-faktor kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan CDC Polines. Dalam analisis datanya menggunakan IPA (*Importance Performance Analysis*) (Jhon A Martila, 1997: 77-79, Simha R Magal dan Nancy M Levenburg, 2005) atau analisis tingkat kepentingan dan kinerja untuk melihat kepuasan pelanggan. Adapun teknik analisis yang digunakan untuk mengolah dan menginterpretasikan data di dalam penelitian ini menggunakan rumus Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Tingkat kesesuaian perbandingan antara skor penilaian kinerja dengan skor penilaian kepentingan pelanggan CDC Politeknik Negeri Semarang, Adapun rumus manual perhitungan, yaitu:

$$IKP = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

di mana

IKP : Indeks Kepuasan Pelanggan

X_i : Skor penilaian kinerja CDC

Y_{ii} : Skor penilaian kepentingan pelanggan

Dari perhitungan tersebut dapat dilihat atribut apa saja yang dianggap penting oleh pelanggan, serta atribut apa saja yang memiliki kinerja baik dan dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen sebagai berikut:

Jika $IKP > 100\%$ berarti konsumen sangat puas

Jika $IKP > 76\% - 100\%$ berarti konsumen puas

Jika $IKP > 56\% - 75\%$ berarti konsumen cukup puas

Jika $IKP > 40\% - 55\%$ berarti konsumen kurang puas

Jika $IKP < 40\%$ berarti konsumen tidak puas

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert 5 butir, yang terdiri dari sangat penting, penting, netral, tidak penting dan sangat tidak penting untuk penilaian kepentingan atau harapan responden sedangkan untuk kinerja perusahaan juga terdiri dari 5 butir skala likert yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat harapan dan kinerja akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan/harapan dan kinerja CDC. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan nilai kinerja dengan nilai harapan, tingkat kesesuaian inilah yang menjadi penentu urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja CDC yang dapat memberikan kepuasan pada pelanggan sedangkan Y merupakan tingkat harapan pelanggan. Hasil perhitungan nilai rata-rata tingkat pelaksanaan (\bar{X}), atau tingkat kepuasan pelanggan terhadap setiap dimensi faktor yang mempengaruhi kepuasan

pelanggan, dikatakan baik bila nilai rata-rata jawaban yang diperoleh berkisar antara 3,5 sampai dengan 4,5 (Supranto J, 2003:403)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang terpilih sebagai sampel dalam penelitian ini adalah dari Perusahaan sebanyak 26% dari Alumni sebanyak 26% dan dari mahasiswa sebanyak 48%. Responden ini merupakan pelanggan dari CDC Politeknik Negeri Semarang.

Analisis Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan menggunakan diagram kartesius. Langkah akhir pada analisis kepuasan adalah pemetaan kepuasan dengan diagram kartesius. Uji diagram kartesius adalah memetakan rata-rata kinerja dan rata-rata harapan dalam suatu diagram. Dalam pembuatan diagram kartesius, terlebih dahulu dihitung seluruh faktor kepentingan dan kinerja untuk menentukan batas yang memotong tegak lurus dan akan membentuk 4 bagian atau kuadran. Hasil perhitungan Indek Kepuasan pelanggan CDC Politeknik Negeri Semarang, dari tiap-tiap dimensi, perhitungan rata-rata kinerja dan harapan dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Perhitungan IKP dan Rata-Rata Kinerja dan Harapan

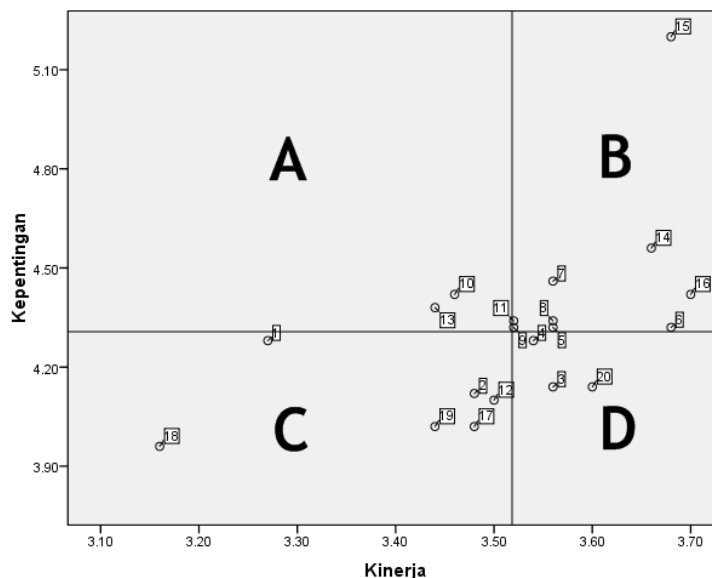
No.	Dimensi dan indikator	Penilaian Kepentingan	Penilaian Kinerja	Rata-rata Kepentingan	Rata-rata Kinerja	IKP
	Reliability (Kehandalan)					
K1	Kehandalan petugas dalam melayani pelanggan	214	186	4,28	3,27	87%
K2	Kehandalan petugas dalam memberikan solusi terhadap permasalahan pelanggan	206	174	4,12	3,48,	84%
K3	Ketepatan dalam melayani sesuai dengan permintaan pelanggan	207	178	4,14	3,56	86%
K4	Kemampuan ketrampilan petugas melayani pelanggan	214	177	4,28	3,54	83%
	Responsiveness (Daya Tanggap)					
K5	Petugas cepat dalam melayani pelanggan	216	178	4.32	3.56	82%
K6	Petugas segera dalam menangani keluhan pelanggan	216	184	4.32	3.68.	85%
K7	Petugas tanggap terhadap setiap kebutuhan pelanggan	223	178	4.46	3,56	80%
K8	Pelayanan yang diberikan tidak berbelit-belit	217	178	4.34	3,56	82%
	Empathy (Empati)					
K9	Petugas bersedia membantu menangani setiap keluhan pelanggan	216	176	4.32	3,52	81%
K10	Petugas memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan serta menyenangkan	221	173	4.42	3,46	78%
K11	Petugas sangat memahami kebutuhan pelanggan	217	176	4.34	3,52	81%
K12	Petugas sangat memahami perasaan pelanggan	205	176	4.1	3,5	86%

Assurance (Jaminan)						
K13	Kemudahan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan pelanggan	219	172	4,38	3,44	79%
K14	Penanganan keluhan pelanggan yang tepat waktu	228	183	4,56	3,66	80%
K15	CDC menjamin memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap pelanggan	260	184	5,2	3,68	71%
K16	CDC memiliki kemampuan yang sangat baik dalam mengelola Berkas Administrasi recruitment	221	185	4,42	3,7	84%
Tangible (penampilan fisik)						
K17	Tersedianya ruangan yang nyaman	201	174	4,02	3,48	87%
K18	Sarana peralatan (LCD, Komputer/ laptop, AC, Sound System) tersedia dengan kondisi baik	198	158	3,96	3,16	80%
K19	Tersedianya fasilitas parkir, kantin, dan masjid/ mushola yang baik	201	172	4,02	3,44	86%
K20	Tersedianya form daftar hadir dan kartu identitas pelanggan dengan baik	207	180	4,14	3,6	87%
TOTAL		4307	3542	86,13	70,37	82%
RATA-RATA		215,15	177,1	4,31	3,52	82%

Sumber: data primer yang diolah, 2012

Dari Tabel 2 dapat diketahui bahwa IKP CDC Polines dari masing-masing indikator dimensi pelayanan berkisar antara 71%-87%. Hal tersebut berarti pelanggan dalam kategori merasa cukup puas sampai dengan puas dengan layanan yang diberikan CDC Polines. Sedangkan bila dilihat rata-rata atau secara umum dari semua dimensi pelayanan CDC Polines besarnya nilai IKP 82%. Hal ini berarti secara umum pelanggan CDC yang terdiri dari perusahaan, alumni dan mahasiswa puas dengan pelayanan yang diberikan CDC Polines. Setelah menentukan rata-rata nilai kinerja dan harapan serta titik potong, pemetaan pada diagram kartesius dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Diagram Kartesius



Keterangan:

Kuadran A

Dalam kuadran ini menunjukkan bahwa pengguna/pemakai mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap kualitas jasa yang diberikan namun pihak CDC tidak begitu memperhatikannya. Sehingga penanganannya merupakan prioritas utama bagi CDC. Faktor-faktor yang masuk dalam kuadran ini adalah:

1. Petugas bersedia membantu menangani setiap keluhan pelanggan (atribut 9)
2. Petugas memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan serta menyenangkan (atribut 10)
3. Petugas sangat memahami kebutuhan pelanggan (atribut 11)
4. Kemudahan dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan pelanggan (atribut 13)

Kuadran B

Dalam kuadran ini menunjukkan bahwa pelanggan mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap kualitas jasa yang diberikan dan pihak CDC memperhatikannya. Sehingga merupakan posisi yang perlu dipertahankan bagi CDC. Faktor-faktor yang masuk dalam kuadran ini adalah:

1. Petugas cepat dalam melayani pelanggan (atribut 5)
2. Petugas segera dalam menangani keluhan pelanggan (atribut 6)
3. Petugas tanggap terhadap setiap kebutuhan pelanggan (atribut 7)
4. Pelayanan yang diberikan tidak berbelit-belit (atribut 8)
5. Penanganan keluhan pelanggan yang tepat waktu (atribut 14)
6. CDC menjamin memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap pelanggan (atribut 15)
7. CDC memiliki kemampuan yang sangat baik dalam mengelola Berkas Administrasi recruitment (atribut 16)

Kuadran C

Dalam kuadran ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dianggap tidak begitu penting bagi pelanggan, sedangkan kualitas pelayanannya biasa saja atau cukup saja. Faktor-faktor yang masuk dalam kuadran ini adalah:

1. Kehandalan petugas dalam melayani pelanggan (atribut 1)
2. Kehandalan petugas dalam memberikan solusi terhadap permasalahan pelanggan (atribut 2)
3. Petugas sangat memahami perasaan pelanggan (atribut 12)
4. Tersedianya ruangan yang nyaman (atribut 17)
5. Sarana peralatan (LCD, Komputer/laptop, AC, Sound System) tersedia dengan kondisi baik (atribut 18)
6. Tersedianya fasilitas parkir, kantin, dan masjid/ mushola yang baik (atribut 19)

Kuadran D

Dalam kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dianggap berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini disebabkan pelanggan menganggap tidak begitu penting faktor tersebut sehingga pelaksanaannya baik sekali, sehingga sangat memuaskan. namun biayanya menjadi tinggi. Penanganan CDC dalam kuadran ini adalah melakukan efisiensi. Faktor-faktor yang masuk dalam kuadran ini adalah:

1. Ketepatan dalam melayani sesuai dengan permintaan pelanggan (atribut 3)
2. Kemampuan ketrampilan petugas melayani pelanggan (atribut 4)
3. Tersedianya form daftar hadir dan kartu identitas pelanggan dengan baik (atribut 20)

5. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan CDC (*Carrier Development Centre*) di Politeknik Negeri Semarang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan CDC (*Carrier Development Centre*) yang diukur dengan menggunakan IKP dan diagram kartesius, menunjukkan bahwa Secara umum tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan CDC (*Carrier development Centre*) di Politeknik Negeri Semarang dalam kategori puas karena rata-rata IKP 82%
2. Berdasarkan hasil Diagram Kartesius yang menjadi prioritas utama tindakan perbaikan adalah faktor-faktor yang masuk dalam kuadran A, karena pengguna/pemakai mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap kualitas jasa yang diberikan namun CDC kurang begitu memperhatikannya. Sedangkan untuk kuadran D CDC perlu melakukan tindakan efisiensi, dan mempertahankan kuadran B dan C sehingga memberikan pelayanan yang lebih baik. Kualitas pelayanan yang ada di kuadran C yaitu Keandalan petugas dalam melayani pelanggan, keandalan petugas dalam memberikan solusi terhadap permasalahan pelanggan, petugas sangat memahami perasaan pelanggan, tersedianya ruangan yang nyaman, sarana peralatan (LCD, Komputer/laptop, AC, Sound System) tersedia dengan kondisi baik, tersedianya fasilitas parkir, kantin, dan masjid/ mushola yang baik. Dalam kuadran ini perlu ditingkatkan karena dianggap kurang penting akan tetapi sudah dilakukan dengan cukup oleh Politeknik Negeri Semarang.
3. Di kuadran D menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pelanggan dianggap berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini disebabkan pelanggan menganggap tidak begitu penting faktor tersebut akan tetapi pelaksanaannya baik sekali, sehingga biayanya menjadi tinggi, yaitu Ketepatan dalam melayani sesuai dengan permintaan pelanggan, kemampuan ketrampilan petugas melayani pelanggan, tersedianya form daftar hadir dan kartu identitas pelanggan dengan baik.

Saran

1. Sebaiknya CDC memprioritaskan tindakan perbaikan pada kuadran A yaitu kesediaan petugas untuk menangani setiap keluhan pelanggan, memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan, serta menyenangkan, memahami kebutuhan pelanggan dan kemudahan informasi yang dibutuhkan pelanggan.
2. Sebaiknya CDC melakukan tindakan efisiensi faktor-faktor yang ada di kuadran D karena dianggap berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini disebabkan pelanggan menganggap tidak begitu penting faktor tersebut akan tetapi pelaksanaannya baik sekali, sehingga biayanya menjadi tinggi, yaitu Ketepatan dalam melayani sesuai dengan permintaan pelanggan, kemampuan ketrampilan petugas melayani pelanggan, tersedianya form daftar hadir dan kartu identitas pelanggan dengan baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambah jumlah sampel baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal sehingga lebih banyak masukan tentang CDC, dan menindak lanjuti penelitian tentang faktor-faktor yang dibutuhkan pelanggan berkaitan dengan kompetensi lulusan Politeknik Negeri Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Cronin J.J and Taylor, SA. (1992), "Measuring Service Quality: a reexamination and extension", *Journal of Marketing*, Vol . 56 July, pp. 55-68
- Dardjowijoyo. Soenjono, (1991), "*Pedoman Perguruan Tinggi*", Jakarta Grasindo.
- Engel, JF, et al (1990), "*Consumer Behaviour*", 6th ed, Chicago: The Dryden Press

- Gozali, Imam (2002), "**Aplikasi Analisis Multivariat dengan SPSS**", Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gronroos, C (1984), "A Service Quality Model and its Marketing Implication", **European Journal of Marketing**, Vol.18No 7, pp 36-44
- Kotler P (1987), "**Mega Marketing**", Harvard Business Review, March-April, p. 117-124
- (1994), "**Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control**", 8th ed Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall International, Inc.
- et al (1996) "**Marketing Management An Asian Perspective**". Singapore Prentice Hall
- Levitt (1987) "**Imajinasi Pemasaran (Terjemahan)**", Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Lovelock, C. (1992), "**Managing Services**", 2nd ad Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall International Inc.
- Lovelock, C. (1994), "**Product Plus**", New York: Mc Graw Hill, Inc
- Lupiyoadi Rambat, (2001) "**Manajemen Pemasaran Jasa**", Teori dan Praktek, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Martila J A and J C James (1977, "Importance Performance Analysis" **Journal of Marketing** January P. 77 - 79
- Oliver, R.L (1980), "A Cognitive Model of The Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions", **Journal of Marketing Research**, Vol. XVII, November, pp 460-9.
- Oliver, R.L (1993), "A Conceptual Model of Service Satisfaction Compatible Goals, Different, Concepts", **Advances in Services Marketing and Management**, Vol. 2, pp.65-85.
- Parasuraman., A Zeithaml, V. A and Berry,L.L (1988), SERVQUAL: a. multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality", **Journal of Retailing**, Vol 64 No.1, Spring, pp14-40
- (1991), Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale", **Journal of Retailing**, Vol 67 No.1, Winter, pp14-40
- (1994), "Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring servise quantity: implications for further research", **Journal of Marketing**, Vol 58, January, pp 111-24
- Rao, (1992) **Penilaian Prestasi Kerja, Teori dan Praktik**, Pustaka Binaan Presindo Jakarta
- Schanaars, S. P (1991), "**Marketing Strategy: A Customer Driven Approach**" New York: The Free Press.
- Subiyanto Ibnu, (2000), "**Metodologi Penelitian**", **Manajemen dan Akuntansi**, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Singarimbun, Masri dan Sofyan Effendi, 1991, "**Metode Penelitian Survei**", Edisi Revisi, Penerbit LP3ES Jakarta
- Supranto, J (2003), "**Metode Riset**", **Aplikasi dalam Pemasaran**, PT Rineka Cipta, Jakarta.
- (2001), "**Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan**", PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono F, (1994) "**Analisis Kepuasan Pelanggan Sebagai Dasar Penyusunan Strategi Pemasaran Defensif Pada Novel Komputer Jogjakarta**", skripsi (tidak dipublikasikan) FE UGM.
- (1996) "**Manajemen Jasa**", Jogjakarta: Penerbit Andi
- (1997) "**Strategi Pemasaran**", Jogjakarta: Penerbit Andi