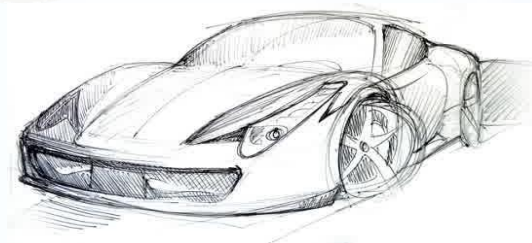
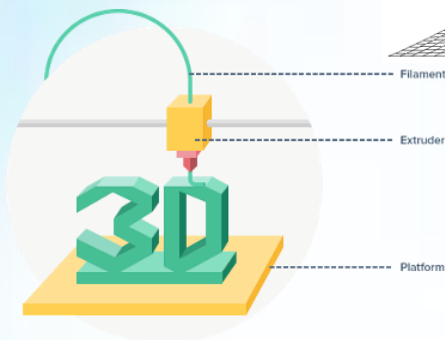
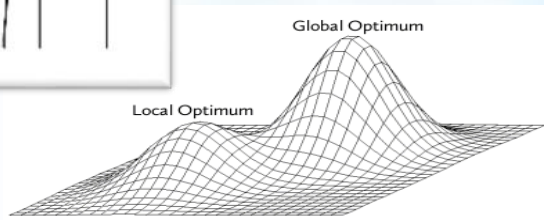
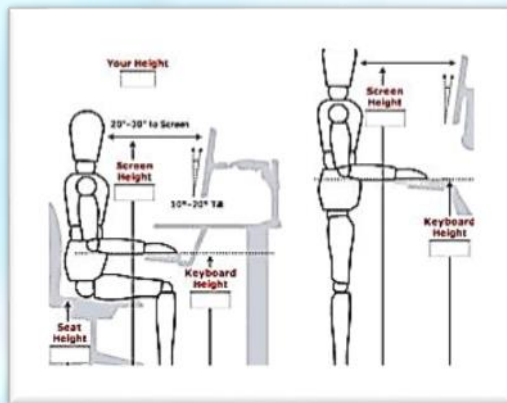


# ***JURNAL REKAVASI***

## **Jurnal Rekayasa & Inovasi Teknik Industri**



**Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta**

Jurnal REKAVASI	Vol. 6	No. 1	Hlm. 1-50	Yogyakarta Mei 2018	ISSN: 2338-7750
--------------------	--------	-------	--------------	------------------------	--------------------

**DAFTAR ISI**

<b>PERANCANGAN FASILITAS KERJA PEMBUATAN EMPING MELINJO UNTUK MENGURANGI KELUHAN DENGAN STANDAR NORDIC QUESTIONNAIR (SNQ) (STUDI KASUS PADA HOME INDUSTRY DESA MURANGAN YOGYAKARTA)</b> <i>Iyas Supitra, Risma Adelina Simanjuntak, Muhammad Yusuf</i>	1-6
<b>ANALISIS BEBAN KERJA FISIK OPERATOR FURNITURE DENGAN MENGGUNAKAN METODE RECOMMENDED WEIGHT LIMIT (RWL) STUDI KASUS CV. VINTAMA</b> <i>Bayu Chandra Hermawan, Titin Isna Oesman, Cyrilla Indri Parwati</i>	7-13
<b>ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENERAPKAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT MENGGUNAKAN DATABASE MANAGEMENT SYSTEM PADA PT. PRODUKSI REKREASI (KIDS FUN)</b> <i>Yana Rafika, Imam Sodikin, Joko Susetyo</i>	14-20
<b>USULAN UPAH INSENTIF UNTUK MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SISTEM ROWAN DAN EMERSON DI D&amp;D HANDYCRAFT COLLECTION</b> <i>Desinta Yuni Larasati, Cyrilla Indri Parwati, Titin Isna Oesman</i>	21-27
<b>ANALISIS RISIKO KERJA TERHADAP PEKERJAAN BERULANG DENGAN METODE MANUAL TASK RISK ASSESMENT (MANTRA) DAN RAPID UPPER LIMB ASSESMENT (RULA)</b> <i>Agung Kriswantoro, Risma Adelina Simanjuntak, Imam Sodikin</i>	28-37
<b>ANALISIS PENGARUH KEPUASAN KERJA, MOTIVASI KERJA DAN STRES KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. ADI SATRIA ABADI</b> <i>Wahyu Purnomo, Titin Isna Oesman, Muhammad Yusuf</i>	38-43
<b>ANALISIS POSTUR KERJA DENGAN MENGGUNAKAN METODE OWAS (OVAKO WORKING POSTURE ANALYSIS SYSTEM), RULA (RAPID UPPER LIMB ASSESMENT), DAN REBA (RAPID ENTIRE BODY ASSESMENT) (STUDI KASUS DI PT. ADI SATRIA ABADI)</b> <i>Afif Hidayat, Muhammad Yusuf, Endang Widuri Asih</i>	44-50

# **ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN MENERAPKAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT MENGGUNAKAN DATABASE MANAGEMENT SYSTEM PADA PT. PRODUKSI REKREASI (KIDS FUN)**

*Yana Rafika, Imam Sodikin, Joko Susetyo*

*Jurusan Teknik Industri*

*Fakultas Teknologi Industri, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta*

*Jl. Kalisahak 28 Yogyakarta*

*E-mail: [rfyana15@gmail.com](mailto:rfyana15@gmail.com), [imam@akprind.ac.id](mailto:imam@akprind.ac.id), [joko\\_sty@akprind.ac.id](mailto:joko_sty@akprind.ac.id)*

## **ABSTARCT**

*PT Produksi Rekreasi (Kids Fun) is a children's playground. In the company many felt by the customer in the service is still less satisfactory, this can be seen from various complaints from customers. With the complaint the company is expected to improve the quality of service by ensuring a closer relationship with customers to be loyal to the company by using the method of Customer Relationship Management using the Database Management System. In this research, it aims to test whether there is influence of Customer Relationship Management and Database Management System to Customer Loyalty and to test how big influence of method above to customer loyalty at PT Produksi Rekreasi(Kids Fun). The results of this study indicate that Customer Relationship Management and Database Management System simultaneously affect customer satisfaction. Judging from the calculation and improvement of Gap value priority about customer perception and expectation as well as the result of profitability measurement between customer and service product of vehicle package service at PT Produksi Rekreasi (Kids Fun) showed the same assessment to attribute "vehicle quality given in package 3" Who need to get improvements in his service.*

*Keywords: Customer Relationship Management, Database Management System, Servqual, Customer Satisfaction*

## **INTISARI**

PT Produksi Rekreasi (Kids Fun) merupakan tempat wisata bermain anak-anak. Pada perusahaan tersebut banyak dirasa oleh pelanggan dalam pelayanannya masih kurang memuaskan, hal ini dapat dilihat dari berbagai komplain dari pelanggan. Dengan adanya komplain tersebut perusahaan diharapkan dapat memperbaiki kualitas pelayanan dengan cara menjamin hubungan yang lebih erat dengan pelanggan agar menjadi loyal terhadap perusahaan dengan menggunakan metode *Customer Relationship Management* menggunakan *Database Management System*. Penelitian ini, bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh *Customer Relationship Management* dan *Database Management System* terhadap Loyalitas Pelanggan dan untuk menguji seberapa besar pengaruh metode di atas terhadap loyalitas pelanggan pada PT Produksi Rekreasi (Kids Fun). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Customer Relationship Management* dan *Database Management System* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dilihat dari hasil perhitungan dan perbaikan prioritas nilai Gap tentang persepsi dan harapan pelanggan serta hasil dari pengukuran profitabilitas antara pelanggan dengan produk jasa pelayanan paket wahana pada PT Produksi Rekreasi (Kids Fun) menunjukkan penilaian yang sama terhadap atribut "kualitas wahana yang diberikan pada paket 3" yang perlu mendapatkan perbaikan dalam pelayanannya.

*Kata Kunci: Customer Relationship Management, Database Management System, Servqual, Kepuasan Pelanggan*

## **PENDAHULUAN (INTRODUCTION)**

Pada zaman sekarang, persaingan pada dunia usaha semakin meningkat tajam, baik itu usaha produk maupun jasa. Sebuah perusahaan dituntut untuk lebih kompetitif agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Perkembangan yang terus meningkat di bidang jasa wisata, mendorong perusahaan yang menyediakan jasa wisata di Indonesia untuk menanamkan modalnya dalam rangka pengembangan industri wisata terutama pada bidang-bidang yang berkaitan dengan wisata. Perusahaan harus menjamin jasa wisata yang diberikan selalu tersedia dan mudah diakses oleh pelanggan tanpa mengabaikan kualitas pelayanan yang diberikan, serta harga yang ditetapkan sehingga mendapatlan suatu kepuasan pada pelanggan.

Kepuasan pelanggan tidak selalu memberikan jaminan bahwa konsumen loyal. Walaupun pelanggan sudah sangat puas tetapi belum tentu pelanggan tersebut loyal, karena adanya suatu tawaran

intensif yang menarik dari kompetitor yang sulit ditolak oleh pelanggan. Dalam kondisi ini, loyalitas ke jasa yang diberikan menjadi menurun. Cara yang *sustainable* adalah membuat jasa yang diberikan oleh perusahaan menjadi sebuah jasa yang menyajikan keunggulan dan diferensiasi yang cukup signifikan di mata pelanggan. Ini bisa menekan ketertarikan konsumen terhadap jasa dari perusahaan lain, karena resiko tidak mendapatkan kualitas yang sama.

PT Produk Rekreasi (Kids Fun) Yogyakarta merupakan sebuah tempat wisata bermain bagi anak yang merupakan *franchise* dari sebuah perusahaan pengembang arena bermain dari Belanda yaitu Kids Fun Parcs yang berlokasi berada di Jalan Wonosari KM 10, Sitimulyo, Piyungan, Bantul DIY. Pada perusahaan tersebut banyak dirasa oleh konsumen dalam hal pelayanannya masih kurang memuaskan, hal ini dapat dilihat dari adanya komplain yang diterima oleh pihak perusahaan, antara lain: tempat parkir yang kurang luas, kamar mandi yang kotor, kurangnya fasilitas tempat untuk berteduh di setiap wahananya, dan beberapa karyawan yang kurang tanggap dalam melayani pengunjung dan lain-lain. Komplain tersebut perusahaan diharapkan dapat memperbaiki kualitas pelayanan yang dirasa kurang maksimal dalam pelaksanaannya dengan cara menjalin hubungan yang lebih erat kepada pelanggan agar menjadi loyal terhadap perusahaan.

Kondisi tersebut perlu diadakan penelitian dengan metode yang digunakan pada tugas akhir ini adalah Analisis Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan *Customer Relationship Management* dan *Database Management System*. Analisis Kepuasan Pelanggan dengan metode *Customer Relationship Management* untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan pelanggan dengan pihak perusahaan. Untuk *Database Management System* digunakan untuk mengetahui siapa saja pelanggan yang sering memakai produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

## BAHAN DAN METODE (MATERIALS AND METHODS)

### 1. *Customer Relationship Management* (CRM)

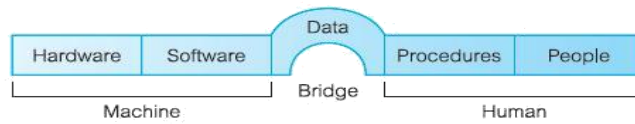
Metode *Customer Relationship Management* (CRM) merupakan suatu strategi bisnis yang mengintegrasikan proses dan fungsi internal dengan eksternal untuk untuk menciptakan nilai dan memanjakan pelanggan serta menciptakan keadaan *win-win situation* melalui serangkaian kegiatan mengelola informasi yang rinci tentang masing-masing pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kesetiaan pelanggan dan agar tidak berpaling kepada pesaing. Pada intinya perusahaan bermaksud membangun ikatan yang lebih kuat dengan para pelanggan yang bertujuan untuk memaksimalkan loyalitas pelanggan.

### 2. *Database Management System* (DBMS)

Suatu perangkat lunak yang dapat dijalankan pada *personal computer* hingga sistem besar seperti *mainframe*. DBMS (*Database Management System*) memungkinkan pengguna untuk memasukkan, mengubah, dan memilih data dalam *database*.

Komponen DBMS terdiri dari lima komponen, sebagaimana Gambar 1, yaitu:

- a. *Hardware* (Perangkat Keras)  
Perangkat keras dibutuhkan untuk menjalankan aplikasi. Perangkat keras tersebut dapat berupa komputer tunggal, *mainframe* tunggal, dan jaringan komputer.
- b. *Software* (Perangkat Lunak)  
Komponen perangkat lunak terdiri dari perangkat lunak DBMS itu sendiri dan aplikasi program seperti *operating system*, jaringan. Bahasa-bahasa pemrograman seperti 'C', C++, Java, Visual Basic, PHP, COBOL.
- c. Data  
Data merupakan komponen yang terpenting dalam DBMS khususnya bagi pengguna akhir. Data menghubungkan *machine components* dengan *human component*.
- d. Prosedur  
Prosedur merupakan intruksi-intruksi yang berperan dalam menentukan perancangan dan penggunaan data terhadap sebuah basis data.
- e. Manusia  
Komponen akhir dari DBMS adalah manusia atau pengguna yang terlibat dengan sebuah sistem.



**Gambar 1.** Komponen Lingkungan DBMS

**3. Konsep Servqual**

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang populer dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *Servqual (Service Quality)* yang dikembangkan oleh Parasuraman (Zeithaml dan Berry, 1990). *Servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata diterima dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan. Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataannya kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan.

Definisi umum tentang *servqual* dinyatakan oleh (Zeithaml, 1990) yaitu “*a customer judgement of the overall excellence or superiority of a service*. Dengan demikian *servqual* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima. Harapan pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan pelanggan ini didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman dimasa lalu, dan komunikasi eksternal (iklan, dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya).

Konsep *servqual* digunakan untuk menghitung gap antara nilai persepsi pelanggan terhadap jasa yang dirasakan dikurangi dengan nilai harapan pelanggan. Berikut adalah persamaannya:

$$Q = P - E \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan:

Q = kualitas pelayanan

P = Persepsi terhadap pelayanan

E= Harapan Konsumen

**4. Mengukur profitabilitas antara pelanggan dengan produk**

Pada pengukuran ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk yang diberikan oleh perusahaan dengan menganalisis tiap-tiap pelanggannya yang akan menghasilkan kesimpulan mengenai produk atau kualitas jasa yang perlu diperbaiki sehingga untuk masa mendatang perusahaan akan mendapatkan profit yang lebih besar.

Adapun cara untuk mengukur profitabilitas antara pelanggan dan produk yang dapat dilihat pada Gambar 2.

		Customers			
		C <sub>1</sub>	C <sub>2</sub>	C <sub>3</sub>	
Products	P <sub>1</sub>	+	+	+	Highly profitable product
	P <sub>2</sub>	+			Profitable product
	P <sub>3</sub>		-	-	Losing product
	P <sub>4</sub>	+		-	Mixed-bag product
		High-profit customer	Mixed-bag customer	Losing customer	

**Gambar 2.** Customer-Product Profitability Analysis

Keterangan:

+ = sangat memuaskan (5)/memuaskan (4)

- = sangat tidak puas (1)/tidak puas (2)

= netral (3)

**HASIL DAN PEMBAHASAN (RESULT AND DISCUSSIONS)**

Penelitian ini dilakukan pada PT Produksi Rekreasi (Kids Fun) Yogyakarta selama 3 bulan. Berikut merupakan tahapan dari penelitian:

- a. Studi Literatur
- b. Studi Pendahuluan
- c. Identifikasi Masalah
- d. Perumusan Masalah
- e. Penetapan Tujuan
- f. Pengumpulan Data
- g. Pengolahan Data
  - 1) Metode kecukupan data
  - 2) Uji validitas
  - 3) Uji reliabilitas
  - 4) Mengukur profitabilitas antara pelanggan dan produk jasa paket wahana

**1. Uji Kecukupan Data**

Kuisisioner disebarkan kepada 70 responden, karena aturan umumnya: jumlah sampel empat-lima kali jumlah variabel (Wibisono, 2000). Semuakuisisioner yang dikembalikan sebanyak 70 kuisisioner. Setelah diperiksa terdapat 2 kuisisioner yang pengisiannya tidak lengkap. Jadi secara umum kuisisioner yang sudah dianggap benar dan siap untuk proses pengolahan data sebanyak 68 kuisisioner. Langkah selanjutnya adalah menguji kecukupan data dari kuisisioner tersebut dengan menggunakan rumus Bernoulli.

$$N = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan:

- N = Jumlah sampel minimum
- Z = nilai distribusi normal
- e = toleransi kesalahan
- p = prosentase kuisisioner dengan jawaban benar

Karena dalam uji kecukupan data ini didapat nilai 42, maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 68 telah mencukupi.

**2. Uji Validitas**

Uji ini menggunakan cara membandingkan harga r tabel dengan r hitung untuk menginterpretasikan korelasi total item. Kriterianya adalah nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka korelasi tersebut signifikan dengan tingkat alpha (a). Dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan (dk) sama dengan jumlah sampel (n) dikurangi dua (Santoso, 2002), maka nilai kritis r dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned}
 Dk &= n - 2 \dots\dots\dots(3) \\
 &= 68 - 2 \\
 &= 66
 \end{aligned}$$

Sehingga didapat nilai r tabel sebesar 0,239.

Hasil uji validasi persepsi dan harapan dapat dilihat pada Tabel 1.

**3. Uji Reliabilitas**

Pengolahan data dengan menggunakan bantuan SPSS versi 16.0.

1) Uji reliabilitas persepsi pelanggan menunjukkan:

- N = 68
- N of item = 15
- Alpha = 0,763

Nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai r tabel sehingga data yang dianalisis dapat dinyatakan *Reliable*.

Uji reliabilitas harapan pelanggan menunjukkan:

- N = 68
- N of item = 15
- Alpha = 0,750

Nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai *r* tabel sehingga data yang dianalisis dapat dinyatakan Reliable.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validasi Persepsi dan Harapan

NO	KRITERIA	r hitung persepsi	r hitung harapan	r tabel	Keterangan
<b>DIMENSI TANGIBLES</b>					
1	Tersedia sarana informasi mengenai pelayanan wahana	0,701	0,451	0,239	Valid
2	Memiliki tempat parkir luas, aman, dan mudah dijangkau	0,764	0,593	0,239	Valid
3	Kebersihan lingkungan dan ruangan	0,636	0,678	0,239	Valid
<b>DIMENSI RELIABILITY</b>					
4	Kualitas wahana yang diberikan pada paket 1 *aqua splash *aqua bike *bumper car *arung jeram *zyclon coaster	0,790	0,532	0,239	Valid
5	Kualitas wahana yang diberikan pada paket 2 *aqua splash *aqua bike *bumper car *arung jeram	0,580	0,620	0,239	Valid
6	Kualitas wahana yang diberikan pada paket 3 *aqua splash *aqua bike *bumper car *makan siang	0,493	0,478	0,239	Valid
7	Besarnya tarif masuk	0,685	0,531	0,239	Valid
<b>DIMENSI RESPONSIVENESS</b>					
8	Kecepatan tindakan karyawan saat ada keluhan dari pengunjung	0,650	0,579	0,239	Valid
9	Karyawan selalu bersedia untuk membantu pelanggan	0,682	0,618	0,239	Valid
<b>DIMENSI ASSURANCE</b>					
10	Kemudahan mendapat informasi tentang sistem pelayanan pada wahana yang diberikan	0,770	0,691	0,239	Valid
11	Kemudahan mendapatkan pelayanan	0,715	0,468	0,239	Valid
12	Kondisi keamanan dan kenyamanan wahana	0,755	0,680	0,239	Valid
13	Tanggung jawab dari pihak perusahaan atas pelayanan yang diberikan	0,724	0,720	0,239	Valid
<b>DIMENSI EMPHATY</b>					
14	Kemudahan pelanggan meminta bantuan kepada karyawan dalam pelayanan	0,724	0,656	0,239	Valid
15	Keinginan pihak perusahaan dalam menerima saran	0,799	0,588	0,239	Valid

#### 4. Menghitung Nilai Gap dan Menentukan Prioritas Perbaikan

Nilai gap didapat dari hasil pengurangan nilai rata-rata persepsi dengan nilai rata-rata harapan setiap atribut. Hasil perhitungan nilai gap adalah sebagaimana Tabel 2.

Tabel 2. Perhitungan Nilai Gap

NO	KRITERIA	Rata-rata persepsi	Rata-rata harapan	Gap	Peringkat Perbaikan
<b>DIMENSI TANGIBLES</b>					
1	Tersedia sarana informasi mengenai pelayanan wahana	3,44	4,36	-0,92	15
2	Memiliki tempat parkir luas, aman, dan mudah dijangkau	3,30	4,50	-1,20	2
3	Kebersihan lingkungan dan ruangan	3,34	4,48	-1,14	5
	<b>Gap total</b>			<b>-3,26</b>	
	<b>Gap Rata-rata</b>			<b>-1,08</b>	
<b>DIMENSI RELIABILITY</b>					
4	Kualitas wahana yang diberikan pada paket 1 *aqua splash *aqua bike *bumper car *arung jeram *zyclon coaster	3,47	4,61	-1,14	6
5	Kualitas wahana yang diberikan pada paket 2 *aqua splash *aqua bike *bumper car *arung jeram	3,42	4,51	-1,09	8
6	Kualitas wahana yang diberikan pada paket 3 *aqua splash *aqua bike *bumper car *makan siang	2,83	4,35	-1,52	1
7	Besarnya tarif masuk	3,41	4,47	-1,06	12
	<b>Gap Total</b>			<b>-4,81</b>	
	<b>Gap Rata-rata</b>			<b>-1,20</b>	
<b>DIMENSI RESPONSIVENESS</b>					
8	Kecepatan tindakan karyawan saat ada keluhan dari pengunjung	3,29	4,44	-1,15	4
9	Karyawan selalu bersedia untuk membantu pelanggan	3,39	4,35	-0,96	14
	<b>Gap Total</b>			<b>-2,11</b>	
	<b>Gap Rata-rata</b>			<b>-1,05</b>	
<b>DIMENSI ASSURANCE</b>					
10	Kemudahan mendapat informasi tentang sistem pelayanan pada wahana yang diberikan	3,38	4,45	-1,07	11
11	Kemudahan mendapatkan pelayanan	3,41	4,45	-1,04	13
12	Kondisi keamanan dan kenyamanan wahana	3,50	4,67	-1,17	
13	Tanggung jawab dari pihak perusahaan atas pelayanan yang diberikan	3,44	4,52	-1,08	10
	<b>Gap Total</b>			<b>-4,23</b>	
	<b>Gap Rata-rata</b>			<b>-1,05</b>	
<b>DIMENSI EMPHATY</b>					
14	Kemudahan pelanggan meminta bantuan kepada karyawan dalam pelayanan	3,36	4,50	-1,14	7
15	Keinginan pihak perusahaan dalam menerima saran	3,44	4,52	-1,08	9
	<b>Gap total</b>			<b>-2,22</b>	
	<b>Gap rata-rata</b>			<b>-1,11</b>	
	<b>TOTAL KESELURUHAN</b>			<b>-16,76</b>	
	<b>RATA-RATA KESELURUHAN</b>			<b>-1,12</b>	

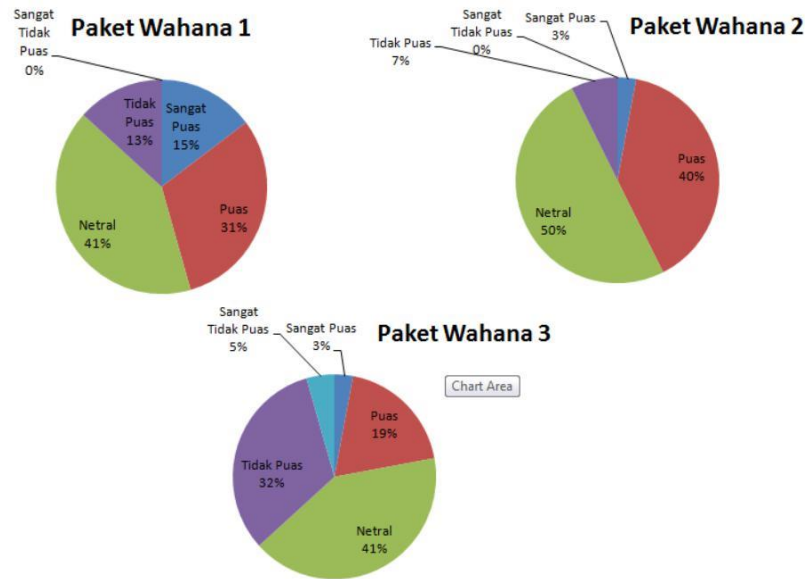


**5. Mengukur profitabilitas antara pelanggan dengan produk pelayanan yang diberikan.**

Mengukur profitabilitas antara pelanggan dengan produk yang diberikan merupakan hasil dari kuisioner yang diajukan kepada pelanggan PT Produksi Rekreasi dengan menghitung prosentase dari jumlah kategori penilaian sebagai berikut:

a. Mengukur profitabilitas pada antara pelanggan dengan Paket Wahana.

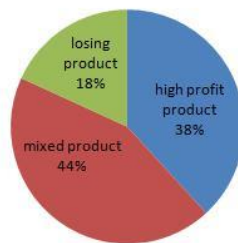
1) Penilaian pelanggan terhadap paket wahana, hasilnya dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** Penilaian Pelanggan Terhadap Paket Wahana

2) Penilaian Produk

**Paket Wahana**



**Gambar 4.** Penilaian Produk

**KESIMPULAN (CONCLUSION)**

1. Atribut-atribut utama yang menjadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan paket wahana dari PT Produksi Rekreasi berdasarkan metode *Servqual* diurutkan pertama yaitu Kualitas wahana yang diberikan pada paket 3 yaitu “wahana *aqua splash, aqua bike, bumper car* dan makan siang”
2. Solusi penyelesaian masalah atribut-atribut utama yang didapatkan dengan *Servqual* menggunakan *Customer Relations Management* dan *Database Management System*
3. untuk mendapatkan pelanggan yang loyal dan dapat menghasilkan profit atau keuntungan yang lebih bagi PT Produksi Rekreasi berdasarkan analisis pengukuran profitabilitas antara pelanggan dan produk pelayanan paket wahana.
4. Berdasarkan analisis pengukuran profitabilitas antara pelanggan dan produk konsumen sudah merasa puas dengan paket wahana 1 dan 2, sedangkan untuk paket wahana 3 memiliki respon yang kurang bagus terlihat dari banyaknya nilai *minus* pada pengisian kuisioner dari fasilitas dipaket wahana 3. Perbaiki kualitas pelayanan pada fasilitas paket wahana 3 dengan merubah jenis wahana dan memberikan pelayanan yang istimewa terhadap pelanggan melalui data informasi pelanggan yang telah diinput ke *database*

**DAFTAR PUSTAKA**

Zeithaml, V., dan Berry, L.L. 1990, *Delivering Quality Service*, The Free Press, New York.